

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



ЗАТВЕРДЖУЮ  
Проректор з науково-методичної  
та навчальної роботи  
О.Б.Жильцов  
2022 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
ВИДАВНИЧИЙ БІЗНЕС

для студентів

спеціальності *061 «журналістика»*

освітнього рівня *першого (бакалаврського)*

освітньої програми *061.00.03 «Видавнича справа та редагування»*

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА  
Ідентифікаційний код 02136554  
Начальник відділу  
моніторингу якості освіти  
Програма № 0454/22  
Жильцов  
(підпис) (прізвище, ініціали)  
«    » 2022р.

Київ - 2022

Київський університет імені Бориса Грінченка  
Інститут журналістики  
Кафедра видавничої справи



ЗАТВЕРДЖУЮ  
Проректор з науково-методичної  
та навчальної роботи

О.Б.Жильцов  
2021 року

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
ВИДАВНИЧИЙ БІЗНЕС**

для студентів

спеціальності **061 «журналістика»**

освітнього рівня **першого (бакалаврського)**

освітньої програми **061.00.03 «Видавнича справа та редагування»**

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА  
Ідентифікаційний код 02136554  
Начальник відділу  
моніторингу якості освіти  
Програма № 0184/21  
Жильцов  
(підпис) (прізвище, ініціали)  
«    » 2021 р.

Київ - 2021

**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 27 серпня 2021 року


Завідувач кафедри видавничої справи

 Л.Г.Масімова

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

\_\_\_\_\_ 2021 року

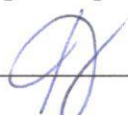
Гарант освітньо-професійної програми

 В.І.Шпак


Робочу програму перевірено

\_\_\_\_\_ .2021 р.

Заступник директора Інституту журналістики з навчальної роботи

 О.А. Росінська

Пролонговано:

на 2022/2023 н.р. підпис (ПБ), «31» 08 2022 р., протокол № 1 

на 20\_\_/20\_\_ н.р. підпис (ПБ), «\_\_»\_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. підпис (ПБ), «\_\_»\_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. підпис (ПБ), «\_\_»\_\_ 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 *спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)*:

- **СК04.** Здатність організувати й контролювати командну професійну діяльність:
  - здатність до організації та вибору оптимальної моделі видавничого бізнесу;
  - розуміння основного алгоритму менеджерської діяльності (планування, організація, мотивація, контроль).

## 3. Результати навчання за дисципліною

### Програмні результати навчання:

**ПРН-16** Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.

**ПРН-21** Застосовувати основний алгоритм 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						Самостійна
		Аудиторна:						
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторна	Індивідуаль	Модульні	
<b>Змістовий модуль 1. Визначення та основна характеристика видавничого бізнесу</b>								
Тема 1. Сутність та понятійний апарат видавничого бізнесу	2	2						
Тема 2. Основні учасники видавничого бізнесу	16	2						14
Тема 3. Внутрішні та зовнішні фактори функціонування видавничого ринку	2	2						
Понятійний апарат видавничого бізнесу, ринок, його основні учасники	10			10				
Тема 4. Сучасні тренди видавничого бізнесу в Україні та світі.	2	2						
Модульний контроль	2						2	
<i>Разом</i>	34	8		10			2	14
<b>Змістовий модуль 2. Видавничий бізнес в умовах світових викликів</b>								
Тема 5. Діяльність літературних агентів на видавничому ринку	4	2		2				
Інноваційні видавничі рішення в умовах пандемії COVID19	20			6				14
Модульний контроль	2						2	
<i>Разом</i>	26	2		8			2	14
<b>Змістовий модуль 3. Комунікаційний вимір видавничого бізнесу</b>								
Тема 6. Роль ділової репутації у видавничому бізнесі	2	2						
Тема 7. Соціальна відповідальність видавничого бізнесу	2	2						
Розробка комунікаційної політики видавництва	8			8				
Тема 8. Лайфхаки та факапи вітчизняного видавничого бізнесу.	16	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. 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 5. 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.

### **Змістовний модуль 3. Комунікаційний вимір видавничого бізнесу**

#### **Тема 6. 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 7. 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 8. 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	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 допуск, 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>			<b>85</b>		<b>74</b>		<b>74</b>
Максимальна кількість балів	<b>233</b>						
Розрахунок коефіцієнта	Розрахунок: $233:60 = 3,9$						

### 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 – всевітня книжкова столиця» - I етап  
Обговорення ідеї та концептуального наповнення студентського проекту. Розробка змістовного плану презентації. Функціональний розподіл завдань для учасників проекту.

#### Змістовий модуль II. Видавничий бізнес в умовах світових викликів (14 год.)

2.1. Підготовка презентації практичного кейсу «Київ – всевітня 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 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. 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 – 60 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 – 60 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 – 60 хв.

**Критерії оцінювання:**

- 1) розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;
- 2) ступінь засвоєння фактичного матеріалу, який вивчається;
- 3) ознайомлення з базовою та додатковою рекомендованою літературою;
- 4) уміння структурувати та систематизувати викладений матеріал у вигляді чітких відповідей за заданим форматом за визначений проміжок часу;
- 5) уміння поєднати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій, розв'язанні завдань;
- 6) логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмовій роботі;
- 7) 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. Шпак В. І. Видавничий бізнес в умовах української державності: Монографія. Київ : Експрес-об'ява, 2015. 391 с.
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. М. Видавничий бізнес зсередини. Від рукопису до бестселеру: покроковий poradnik з підготовки книги до друку, виробництва і просування. К.: Баланс Бізнес Букс, 2015. 208 с.
6. 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-gra-vidavtsv--derzhavi-paternalizm-chi-komunka>.
7. Закон України «Про авторське право і суміжні права» [Електронний ресурс] [http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3792-12\\_3](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». <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/601-15>.
10. Лазановський П. Організація та економіка видавничої справи. Навчально-методичний посібник. Львів: Магнолія 2006, 2015.
11. 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](http://ttdruk.vpi.kpi.ua/article/view/161937/pdf_98)
12. Мельник С.В. Соціальна відповідальність бізнесу як складова соціальної політики України / С.В.Мельник // Економіка та держава. 2007. №5. С.72.
13. Пекар В. Різнобарвний менеджмент. Харків: Фоліо, 2017.
14. Петрушенко Ю.Н., Дудкін О.В. Формування інституту позитивної соціальної відповідальності. Наукові праці ДонНТУ. Серія: економічна. Випуск 37-3. С. 25- 30.

15. Регідайло Н. Редакційно-видавничий процес підготовки і випуску видання. Маркетинговий етап. Вісник Книжкової палати. 2010. № 11. С. 11–15.
16. Свидрук І.І. Креативний менеджмент : навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2016. 224 с.
17. Тимошик М. Видавничий бізнес: Погляд журналіста, видавця, вченого. К.: Наша культура і наука, 2005.
18. Tips for Finding a Literary Agent, NY Book Editors <https://nybookeditors.com/2018/10/tips-for-finding-a-literary-agent/>
19. Швайка Л. А. Розвиток і регулювання видавничого підприємства. Львів: УАД, 2005. С. 51-68 (Організаційно-правові форми видавничого підприємства)
20. Штефан О. Літературний агент — міф чи реальність? / О. Штефан //Теорія і практика інтелектуальної власності. 2010. № 6. С. 3–10.
21. Хоню В.В. Літературна агенція: чи знадобився нам закордонний досвід. Поліграфія і видавнича справа. 2007, 2 (46), стор. 129 -136. Режим доступу: <http://pvs.uad.lviv.ua/static/media/2-46/21.pdf>
22. Бізнес-досвід: основні факапи бізнесменів-початківців <https://kfund-media.com/biznes-dosvid-osnovni-fakary-pochynayuchyh-biznesmeniv/>
23. «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>
24. 100 Best Book Agencies | Top Literary Agencies with the Biggest Book Deals <https://literaryagencies.com/list-of-literary-agents/top-literary-agencies/>
25. Фестивальний сезон в онлайні: що дивитися й куди поїхати <https://www.chytomo.com/festyvalnyj-sezon-v-onlajni-shcho-dyvytysia-j-kudy-poikhaty/>
26. 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](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](http://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](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	1-5. Понятійний апарат видавничого бізнесу, ринок, його основні учасники (50 +5 балів)				6. Діяльність літературних агентів на видавничому ринку (10 +1 балів)	7-9. Інноваційні видавничі рішення в умовах пандемії COVID19 (30+3 балів)
СР	5				5	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота ( 25 балів)				Модульна контрольна робота ( 25 балів)	

<b>Модулі</b>	<b>Змістовий модуль 3.</b>		
<b>Назва модуля</b>	Комунікаційний вимір видавничого бізнесу		
<b>Кількість балів за модуль</b>	74 балів		
<b>Лекції</b>	6	7	8
<b>Теми лекцій</b>	Роль ділової репутації у видавничому бізнесі	Соціальна відповідальність видавничого бізнесу	Лайфхаки та факапи вітчизняного видавничого бізнесу
<b>Практичні</b>	10-13. Розробка комунікаційної політики видавництва (10 +1 балів)		
<b>СР</b>	5		
<b>Види поточного контролю</b>	Модульна контрольна робота ( 25 балів)		

**Коефіцієнт 3.9**

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

**Практичні 1-5. Понятійний апарат видавничого бізнесу, ринок, його основні учасники**

Завдання виконується у проєктних командах.

Студентам пропонується розподілитися на 2 команди. Опрацювати надані матеріали з теми заняття та підготувати свої презентаційні проєкти учасників видавничого ринку з одного регіону України (на вибір студентів). Наприклад, 1 команда готує презентацію видавництв Києва та Київської області, команда 2 - Харкова та Харківської області. Провести обговорення позицій.

Практичне 1. Вам пропонується здійснити віртуальну екскурсію до українських видавництв (за вибором студентів).

Практичне 2. Здійснити розподіл проєктної діяльності, розробити план роботи, визначити індивідуальну проєктну частку кожного студента.

Практичне 3. Визначити перелік українських видавництв певного регіону, відвідати інтернет-сайти, ознайомитися з книжковим асортиментом видавництв.

Практичне 4. Зробити інформаційний моніторинг діяльності видавництв, визначити їхню вагу на українському видавничому ринку, визначити інноваційні інструменти роботи та новітні тренди в їхній діяльності. Звести усі командні напрацювання у спільну презентацію.

Практичне 5. Підготувати презентацію-візитівку видавництв регіону. Публічно захистити свою презентацію, усі учасники команди мають представити свою частку роботи над проєктом. Формат - презентація (у будь-якому форматі - відео, вордівський файл або Power Point).

Обов'язкові елементи для відображення у презентації:

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



Презентацію представити на занятті та завантажити на ЕНК. Назва файлу (номер підгрупи). Презентацію завантажують усі учасники групи.

### *Література*

**Основна:** [1-4]; **додаткова:** 1,4, 5, 11

## **Змістовний модуль 2. Видавничий 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.

### **Практичні 7 - 9. Інноваційні видавничі рішення в умовах пандемії COVID19**

Робота індивідуальна.

Практичне 7. Провести моніторинг українських ЗМІ на предмет висвітлення інноваційних видавничих рішень. Це можуть бути новітні формати видань, інноваційні презентації, проведення дистанційних фестивалів та виставок тощо.

Практичне 8. Проаналізувати інформацію та скласти свій особистий рейтинг подібних рішень. Підготувати наукове есе на тему "Найвдаліші інноваційні рішення українських видавців під час пандемії COVID-19". В основі вашого есе має бути аналіз відповідних публікацій у ЗМІ.

### *Загальні правила і рекомендації щодо написання есе*

Процес написання есе можна уявити як ланцюжок, послідовність певних елементів, етапів, процесів. Для студентів важливими є такі процеси та елементи.

Конспектування, особливо при читанні, є стратегічним інтелектуальним вмінням, а не механічним спрощеним викладенням авторської думки, позиції. Конспектуючи, студент відбирає відповідний матеріал та розвиває своє розуміння теоретичних положень, емпіричних даних, тобто факти такого роду, які або підтверджуються, або спростовуються. При читанні текстів студент робить помітки та порівнює одне з другим, відзначає те, що буде корисним в подальшій роботі або є більш цікавим, змістовним з теоретичного чи емпіричного підходів. Можна конспектувати, поділивши аркуш зошита на два стовпчики. В лівому стовпчику студент напрацьовує конспект того матеріалу,

який читає, а в правому, в той же час або пізніше, – порівнює зміст цього конспекту з іншими фактами, про які він читав раніше, чув на лекціях, які обговорювалися в неформальних умовах, а також з власними коментарями та критичними зауваженнями.

Іншими словами, студент формує свої нотатки для побудови перехресного посилання, виходячи з власних позицій, а також враховуючи власноручні коментарі відносно викладених положень іншими.

Важливим є підбір джерел для підготовки есе. Спочатку слід ознайомитися з теоретичними питаннями з тематики, викладеними у підручниках (не навчальних посібниках). Далі слід відібрати дві або три ключові сучасні наукові статті, монографії, в яких подаються зрозумілі концептуальні рамки або теоретична аргументація чи наводяться всебічні емпіричні дані. Таке ознайомлення із зазначеним джерелами сформує певні основні орієнтири щодо теми (враховуючи різні судження, інтерпретації), слугуватиме фундаментом для цілеспрямованої подальшої підготовки есе.

Залежно від тематики важливим є включення до списку літератури для читання одного або двох тематичних досліджень, що мають протилежні спрямування.

Уточнення теми есе. Аналіз протиріч, розгляд тематичних досліджень, формування проблеми дозволяють студенту уточнити тему есе.

При уточненні теми перш за все студент має переконатися, що він правильно сформував та зрозумів її.

При цьому зміст теми може охоплювати широке коло питань та потребувати залучення великого обсягу літератури. В цьому випадку студент має можливість сформулювати гіпотезу, відповідно до якої в есе (головній її частині) будуть проілюстровані тільки певні аспекти цього проблемного питання. Студент позбавляється зайвих труднощів, якщо він не буде виходити за рамки окресленого кола. Вибір, бачення студента з конкретизації теми потрібно аргументувати відповідними доказами. Виходячи з конкретизації теми есе студенту доцільно скласти робочий план есе.

Головна місія та мета есе – це викладення самостійного бачення студентом проблеми, питання, теми на підставі опрацьованого матеріалу та аргументів.

**Практичне 9. Публічний захист есе. Обговорення.**

Результати представити на занятті у формі доповіді або завантажити есе на ЕНК.

***Література***

**Основна: [1-4]; додаткова: 26, 27.**

**Змістовний модуль 3. Комунікаційний вимір видавничого бізнесу**

**Практичні 10-13. Розробка комунікаційної політики видавництва**

Пропонується розподілитися на мікрогрупи до 5 осіб та розробити варіант комунікаційної політики видавництва (видавництво за вибором студентів).

Практичне 10. Обрати одне українське видавництво. Окреслити його репутаційний портрет (оцінити рівень його ділової репутації).

Практичне 11. Дослідити рівень соціальної відповідальності видавництва.

Практичне 12. ознайомитися з прикладами розробки комунікаційної стратегії організацій.

[https://ucf.in.ua/storage/docs/14052021/UKF%20communications\\_ff359b2048c3f67d1792d8420d7c96ed0dd95106.pdf](https://ucf.in.ua/storage/docs/14052021/UKF%20communications_ff359b2048c3f67d1792d8420d7c96ed0dd95106.pdf)

<https://www.prostir.ua/?kb=rozvytok-komunikatsijnoji-stratehiji-poetapna-instruktsiya-rozrobky-komunikatsijnoji-stratehiji-dlya-vashoji-orhanizatsiji-iz-vpravamy-ta-korysnymy-posylannyamy>

Практичне 13. Розробити варіант комунікаційної стратегії видавництва. Результати представити у форматі текстового документу або зверстаної презентації. Завантажити на ЕНК.

### *Література*

**Основна:** [1-4]; **додаткова:** 5,6,14, 17