

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
ВИДАВНИЧЕ ПЛАНУВАННЯ: БІЗНЕС-ПЛАН

для студентів

спеціальності **061 Журналістика**

освітнього рівня **першого (бакалаврського)**

освітньої програми **061.00.03 Видавнича справа та редагування**

Київ–2022

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРИНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02136554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти
Програма № 14674/22
_____ (підпис) _____ (прізвище, ініціали)
« ____ » _____ 20 22

Розробники:

Шпак Віктор Іванович, доктор історичних наук, професор, професор кафедри медіапродюсування та видавничої справи Факультету журналістики

Викладачі:

Шпак Віктор Іванович, доктор історичних наук, професор, професор кафедри медіапродюсування та видавничої справи Факультету журналістики

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри медіапродюсування та видавничої справи

Протокол від 31 серпня 2022 року № 1

Завідувач кафедри Мас Л. Г. Масімова

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

_____ 2022 року

Гарант освітньо-професійної програми Шпак В. І. Шпак

Робочу програму перевірено

_____ 2022 р.

Заступник декана Факультету журналістики

з науково-методичної та навчальної роботи Сош В. Є. Сошинська

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 спеціальних компетентностей

СК04. Здатність організовувати й контролювати командну професійну діяльність.

Діяльність (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"».

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

Програмні результати навчання додатково розширюють і поглиблюють такі ПРН:

ПРН06. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків.

ПРН24. Демонструвати здатність розробляти та реалізовувати видавничі бізнес-проекти.

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 4. 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: БІЗНЕС-ПЛАН

Тема 1. Видавниче планування: бізнес-план

Практичне заняття 1. Резюме бізнес-плану, опис фірми і проекрованої 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)

Тема 2. Методика розробки 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 проекрованої продукції. (4 год.)

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

Змістовий модуль 3.

РОЗРОБКА БІЗНЕС-ПЛАНУ ВИДАННЯ КНИГИ

Тема 3. Методика розробки 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

Тема 4. Методика розробки 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.)

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна кількість 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							

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Змістовий модуль 1. ВИДАВНИЧЕ ПЛАНУВАННЯ: БІЗНЕС-ПЛАН

Тема 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)

Тема 2. Методика розробки 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

Тема 3. Методика розробки бізнес-плану видання книги

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

Змістовий модуль 4. РОЗРОБКА БІЗНЕС-ПЛАНУ СТВОРЕННЯ ВИДАВНИЦТВА

Тема 4. Методика розробки 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 проєктованої 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.

6.6. 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								Змістовий модуль II								Змістовий модуль III								Змістовий модуль IV							
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 проекто-ваної про-дукції. – 11 б.	Аналіз ринку збуту, план марке-тингу – 22 б.	План вироб-ництва про-дукції видав-ництва, органі-зацій-ний план та план ризику – 22 б.	Фінан-совий план і страте-гія фінан-суван-ня – 22 б.	Реєст-рація видан-ня – 11 б.	Пошук ідеї та аналіз конку-рентів – 22 б.	План вироб-ництва і реалі-зації проєк-това-ної про-дукції – 22 б.	Фінан-сово-еконо-мічне обгру-нтування проєк-ту – 22 б.	Реєст-рація видав-ничої діяль-ності – 11 б.	Пошук ідеї для видання книги – 22 б.	Органі-зація вироб-ничого проце-су та реалі-зація – 22 б.	Фінан-сово-еконо-мічне обгру-нтування проєк-ту – 22 б.	Органі-заційні аспекти створення видав-ництва як під-приєм-ницької струк-тури – 11 б.	Форму-вання ідеї створення видав-ництва – 22 б.	Органі-зація вироб-ничої діяль-ності – 22 б.	Плану-вання та страте-гія інвесту-вання – 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 : Закон від 28.06.1996 № 254к/96-ВР // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 08.06.2020).

2. Господарський кодекс України : Закон від 6.01.2003 № 436-IV // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15> (дата звернення: 08.02.2020).

3. Податковий кодекс України : Закон від 2.12.2010 № 2755-VI // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (дата звернення: 08.02.2020).

4. Цивільний кодекс України : Закон від 6.01.2003 № 435-IV // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=435-15> (дата звернення: 08.02.2020).

5. Закон України «Про видавничу справу» від 05. 06. 1997 № 318/97-ВР // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/318/97-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 08.02.2020).

6. Закон України «Про обов'язковий примірник документів» від 9.04.99 № 595-XIV // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/595-14#Text> (дата звернення: 08.12.2020).

7. Постанова Кабінету Міністрів України «Про Державний реєстр видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції» від 28.09.98 № 1540 // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1540-98-%EF> (дата звернення: 08.08.2020).

8. 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

9. Бізнес-планування : навч. посіб. / Т. Г. Васильців, Я. Д. Качмарик, В. І. Блонська, Р. Л. Лупак. К. : Знання, 2013. 173 с. URL: http://mgu.edu.ua/docs/biblioteka/bisn_plan.pdf (дата звернення: 15.04.2020).

10. Шпак В. І. Видавничий бізнес: книга редактора : навч. посіб. К. : ДП «Експрес-об'ява». 2022. 2-ге вид. доп. і перероб. 292 с.

11. Термінологічний словник видавничого бізнесу: книга редактора / укл. В. І. Шпак. К. : ДП «Експрес-об'ява», 2020. 264 с.

Додаткова

12. Агафонова Л. Г., Рога О. В. Підготовка бізнес-плану : практикум . 2-ге вид. К.: Т-во «Знання», КОО, 2000. 158 с.
13. Афонін О., Глотова Г., Добровольський О. Маркетинг видавничої продукції. Концепція соціально-етичного маркетингу видавничої продукції // Вісник Кн. палати України. 2003. № 2. С. 9–11.
14. Вернигора Н. М. Книговидання для дітей як перспективний напрям видавничого бізнесу в Україні : наук. доп. // Соціальні комунікації в інтеркультурному просторі : матеріали II Міжнародна наук.-практ. конф. (м. Київ, 16 лист. 2017 р.). Київ, 2017.
15. Видавнича діяльність в умовах розвитку новітніх технологій: вивчення запитів фахівців : монографія / за заг. ред. Г. В. Горбенко; упоряд., наук. ред. Н. М. Вернигора ; Інститут журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка. Київ, 2019. 272 с.
16. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підруч. Київ : Лібра, 2010. 720 с.
17. Гутиря І. Економіка засобів масової комунікації: навч. посіб. // Журналістський маркетинг. К. : Інститут журналістики, 2002. 122 с.
18. Єжижанська Т. С. Бренд видавництва як продукт комунікації // Наукові записки УАД. 2017. № 1. С. 238–248. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nz_2017_1_31(дата звернення: 15.04.2020).
19. 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.
20. 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.
21. 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.) Луцьк : АРТІП, 2015. 130 с. С. 10–13.
22. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового / Філіп Котлер, ... К. Куницької та О. Замаєвої. К. : Вид. група КМ-БУКС, 2018. 208 с.
23. Крайнікова Т. Друкована книга і читання в сучасній культурі медіаспоживання: рецептивний аналіз // Бібл. вісн. 2013. № 2. С. 30–35.
24. Мельник Ю. М. Аналіз комплексу маркетингу книговидавничої справи / Маркетинг і менеджмент інновацій. 2010. № 1. С. 90–101.
25. Мочерний С., Устенко О, Чеботар С. Основи підприємницької діяльності : посіб. К.: Академія, 2006. 279 с.
26. Осмолівська О. Рейтинг 50 найвпливовіших книговидавництв світу знову без українців. URL: <http://blog.liga.net/user/oosmolovska/article/28013.aspx> (дата звернення: 15.06.2020).

27. Словник поліграфічних термінів: книга редактора / укл. В. І. Шпак. К. : ДП «Експрес-об'ява», 2018. 144 с.
28. Теремко В. Видавництво ХХІ. Виклики і стратегії : моногр. К. : Академвидав, 2012. 238 с.
29. Теремко В. Основні засади видавничого бізнесу. К. : Академвидав, 2010. 136 с.
30. Теремко В. Видавничий маркетинг. К. : Академвидав, 2009. 272 с.
31. Тимошик М. Видавничий бізнес: погляд журналіста, видавця, вченого. К. : Наша культура і наука, 2005. 327 с.
32. Тимошик М. Витрати на підготовку й видання друкованої продукції // Друкарство. 2003. № 2. С. 42–45.
33. Тимошик М. Розробка видавничої програми // Друкарство. 2001. С. 22–24.
34. Тимошик М. Відносини видавництва і реалізаторів друкованого продукту // Друкарство. 2003. №1. С. 28–31.
35. Фінансовий менеджмент : підруч. / кер. А. М. Поддергін. К. : КНЕУ, 2005. 536 с.
36. Швайка Л. Розвиток і регулювання видавничого підприємства. Львів : УАД, 2005. С. 51–68 (Організаційно-правові форми видавничого підприємства).
37. Шпак В. Управління сучасним видавництвом: навч. посіб. К. : ДП «Експрес-об'ява», 2019. 396 с.
38. Шпак В. І. Нові можливості ефективного медіабізнесу – інноваційна складова / Проблеми та перспективи розвитку видавничого бізнесу на медійному ринку України : збірник матеріалів II Всеукраїнської науково-практичної конференції (Київ, 25 травня 2017 р.) Київ, 2017. 124 с. С.14–18
39. Шпак В. І. Розвиток видавничої справи України в 1990–2010 рр. К.: ВПК «Експрес-поліграф», 2011. 232 с.
40. 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.
41. Viktor Shpak, Olena Osmolovska, Larysa Masimova and Natalia Romaniuk (2020). Inclusive literature as an innovative marketing resource of publishing activities. *Innovative Marketing*, 16(2), 71–79. doi:10.21511/im.16(2).2020.06

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 книгорозповсюджувачів
10	https://uspp.ua	Український союз промисловців та підприємців

ПЛАНИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Змістовий модуль 1. ВИДАВНИЧЕ ПЛАНУВАННЯ: БІЗНЕС-ПЛАН

Тема 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: 9, 10, 11.

Додаткова література: 1–8, 12, 16, 18, 20, 24, 27, 28, 30, 31, 37, 39, 40, 41.

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: 9, 10, 11.

Додаткова література: 12, 13, 16, 17, 20, 21, 22, 24, 28, 29, 30, 33, 34, 37, 41.

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: 9, 10, 11.

Додаткова література: 12, 16, 17, 22, 24, 25, 28, 30–34, 37, 41.

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: 9, 10, 11.

Додаткова література: 12, 16, 17, 22, 25, 28, 30, 32, 35, 37, 41.

Змістовий модуль 2.

РОЗРОБКА БІЗНЕС-ПЛАНУ СТВОРЕННЯ ЖУРНАЛУ (ГАЗЕТИ)

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

Практичне заняття 5. 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: 9, 10, 11.

Додаткова література: 1, 2, 5, 8, 16, 28, 37.

Практичне заняття 6. 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: 9, 10, 11.

Додаткова література: 12, 13, 15, 16, 20, 21, 29, 30, 37, 38, 41.

Практичне заняття 7. 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: 9, 10, 11.

Додаткова література: 12, 15, 16, 17, 27, 28, 30, 31, 34, 37, 40, 41.

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

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

Базова література: 9, 10, 11.

Додаткова література: 12, 16, 17, 22, 25, 28, 30, 32, 35, 37, 41.

Змістовий модуль 3.

РОЗРОБКА БІЗНЕС-ПЛАНУ ВИДАННЯ КНИГИ

Тема 3. Методика розробки бізнес-плану видання книги

Практичне заняття 9. 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: 9, 10, 11.

Додаткова література: 1, 2, 5, 8, 16, 28, 37.

Практичне заняття 10. 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: 9, 10, 11.

Додаткова література: 12, 13, 14, 16, 22–24, 26, 29, 33, 39, 41.

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

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

Базова література: 9, 10, 11.

Додаткова література: 12, 15, 16, 17, 27, 28, 30, 31, 34, 37, 40, 41.

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

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

Базова література: 9, 10, 11.

Додаткова література: 12, 16, 17, 22, 25, 28, 30, 32, 35, 37, 41.

Змістовий модуль 4.

РОЗРОБКА БІЗНЕС-ПЛАНУ СТВОРЕННЯ ВИДАВНИЦТВА

Тема 4. Методика розробки бізнес-плану створення видавництва

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

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

Базова література: 9, 10, 11.

Додаткова література: 1, 2, 5, 8, 16, 28, 37.

Практичне заняття 14. 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: 9, 10, 11.

Додаткова література: 12, 13–16, 18–21, 26, 38, 41.

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

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

Базова література: 9, 10, 11.

Додаткова література: 12, 15, 16, 17, 27, 28, 30, 31, 34, 37, 40, 41.

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

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

Базова література: 9, 10, 11.

Додаткова література: 12, 16, 17, 22, 25, 28, 30, 32, 35, 37, 41.