**Мета навчальної дисципліни –**  опанування студентами знань, умінь і навичок, необхідних для забезпечення ефективної діяльності, конкурентоспроможності видавництва, успішної реалізації видавничих проектів, особистісної фахової самореалізації у видавничій справі.

**Студенти повинні знати:**

* сутність видавничої промоції як особливого виміру видавничої діяльності;
* специфіку видавництва як соціально-економічної організації і книги як товару;
* економіко-правові засади видавничої промоції;
* вимоги до започаткування й технологію організації діяльності у сфері видавничої промоції;
* методи, прийоми промоції видавничої продукції;
* основні засади товарної, цінової, дистрибуційної, комунікаційної політики видавництва;

 **Студенти повинні уміти:**

* формулювати й обґрунтовувати видавничу і підприємницьку ідеї, скласти бізнес-план їх реалізації;
* організувати роботу щодо створення успішних промоційних видавничих проектів;
* формулювати й обґрунтувати місію, цілі, стратегії видавничої промоції, стратегічні і тактичні рішення в конкретних ситуаціях;
* організувати маркетингові дослідження видавничого ринку, проаналізувати й проінтерпретувати їх результати;
* обґрунтувати товарну, цінову, дистрибуційну, комунікаційну політику видавництва і забезпечити здійснення ефективних стратегій щодо їх реалізації;
* опанувати суть, принципи методи і прийоми видавничої промоції.