**Теоретичні питання**

1. Поняття, принципи, цілі, функції маркетингу
2. Специфіка маркетингу у видавничій справі
3. Поняття маркетингової культури у видавничому бізнесі
4. Вибір і проектування стратегічних позицій видавництва.
5. Завдання, фактори, елементи маркетингової видавничої стратегії.
6. Групи видавництв за використанням маркетингових стратегій
7. Поняття, функції блогів.
8. Види блогів.
9. Функціонування книжкових блогів
10. Поняття про краудфандинг
11. Краудфандинг у видавничій справі
12. Онлайнові фандрайзингові платформи.
13. Краудфандингові видавництва.
14. Поняття про продакт плейсмент.
15. Види продакт плейсмент.
16. Продакт плейсмент у видавничій галузі.
17. Поняття про презентацію. Види презентацій.
18. Презентації вітчизняних авторів.
19. Презентації закордонних авторів
20. Поняття, мета, цілі мерчандайзингу видавничої діяльності.
21. Структурні елементи мерчандайзингу.
22. Електронний мерчандайзинг.
23. Поняття, завдання, види семплінгу.
24. Специфіка семплінгу у видавничій справі

**Практичні питання**

1. Подати власні пропозиції щодо підвищення маркетингової культури видавничої справи
2. Проаналізувати 2 книжкові блоги як маркетингові стратегії
3. Проаналізувати 2 приклади краудфандингу в українській видавничій практиці
4. Проаналізувати 2 прикладипродакт плейсмент як способу інформування про видавничу продукцію
5. Проаналізувати 2 приклади презентацій українськими письменниками власних творів
6. Проаналізувати 2 приклади презентацій зарубіжними письменниками власних творів
7. Проаналізувати 1 сайт українського книжкового інтернет-магазину на предмет дотримання основних складових електронного мерчандайзингу
8. Проаналізувати 1 приклад видавничого семплінгу