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
25. Історія видавничої реклами.
26. Цілі, завдання, характеристики, проблеми термінологічної неузгодженості видавничої реклами.
27. Класифікація видавничої реклами.
28. Рекламна кампанія книги.

29. Роль та цілі рекламної кампанії.

30. Етапи рекламної кампанії.

31. Підготовка рекламних повідомлень.