**Заняття № 1**

**Тема: Мерчандайзинг як маркетингова стратегія**

**План**

* 1. Поняття, мета, цілі мерчандайзингу видавничої діяльності.
  2. Структурні елементи мерчандайзингу.
  3. Електронний мерчандайзинг.

**практичне завдання:** проаналізувати 1 сайт українського книжкового інтернет-магазину на предмет дотримання основних складових електронного мерчандайзингу

**Література**

1. Андреев С. А. Методы мерчандайзинга в книжной торговле / / Справочник издателя и книготорговца. – 2005. – № 2.
2. Булах Т. Електронний мерчандайзинг: сутнісні характеристики, специфіка застосування в інтернет-книгарнях // Вісник Книжкової палати. – 2015.- № 5.
3. Булах Т. Реклама у видавничій справі / Т. Булах. – Харків, 2011. – 224 с.
4. Теремко В. Видавничий маркетинг / В. Теремко. – К. : Академвидав, 2009. – С. 237-245. https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=348#section-0
5. Схют Г. Продаж книжок: практичні поради та ідеї / Г. Схют. — К. : Самміт-книга, 2007. — 54 с. https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=348#section-0
6. Федько В.П. Мерчандайзинг и семплинг /   
   В. П. Федько, В. А. Бондаренко. — М. : ИЦ „Март”, 2006. — 244 с.

\

**Заняття № 2**

**Тема:** Брендинг у комунікаційній системі видавництва.

**План**

1. Поняття бренду, брендингу, іміджу.
2. Видавничий брендинг: визначення, функції, чинники формування. Видавництво-бренд.
3. Особливості використання брендингу сучасними видавництвами

**практичне завдання:** проілюструвати 3 питання на прикладі конкретного видавництва. Подати у вигляді презентації

**Література**

1. Єжижанська Т. С. Бренд видавництва як продукт комунікації / Т. С. Єжижанська //

Наукові записки [Української академії друкарства]. - 2017. - № 1. - С. 238–248. –

<http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nz_2017_1_31>

1. Королюк Н. Я Дослідження практики використання брендів видавництвами *. Вісник ОНУ*. 2015. Т.20. Вип. 4. С. 100-104
2. Королюк Н. Я. Особливості формування та просування видавничого бренду. *Наукові записки [Української академії друкарства]*. Серія : Економічні

науки. – 2015. – № 2. – С. 78-86. <http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzec_2015_2_12>

1. Корчагіна О., Куцевська О. Особливості побудови брендингу країни: сучасні теорії
   1. Lviv Polytechnic National University Institutional Repository <http://ena.lp.edu.ua>
2. Теремко В. Видавничий маркетинг / В. Теремко. – К. : Академвидав, 2009. С. 248-252, 261. https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=348#section-0
3. Логотип – лицо вашого бренда https://ru.wix.com/logolangdesktop/ru-logo-design?utm\_source=google&utm\_medium=cpc&utm\_campaign=1663620938^67816632647&experiment\_id=%2B%D0%B1%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%B3^b^320973116301^1o1&gclid=EAIaIQobChMI86Xlg5\_B5AIVyOWaCh3IPQwmEAMYASAAEgLkSPD\_BwE