**Заняття № 1**

**Тема:** Теоретичні аспекти видавничого маркетингу

1. Поняття, принципи, цілі, функції маркетингу
2. Специфіка маркетингу у видавничій справі
3. Поняття маркетингової культури у видавничому бізнесі

**практичне завдання:** виробити власні пропозиції щодо підвищення маркетингової культури видавничої справи. Подати власне визначення маркетингової культури видавничої справи

**Література**

1. Маркетинг. Терміни та визначення основних понять: ДСТУ 3294-95<http://normativ.info/dstu/dstu.html>
2. Влодарчик Я. Маркетинг у видавничій справі – фантазія чи дійсність?. – Л. : Кальварія, 2002. 143 с. http : // [www.twirpx.com/file/1250175](http://www.twirpx.com/file/1250175)
3. Єжова Л. Інформаційний маркетинг [: http : // polka-knig.com ua/ bookphp?book=10
4. Котлер Ф. Маркетинговий менеджмент,. – К. : Хімджест, 2008. 720 с.
5. Мельник Ю. Аналіз комплексу маркетингу книговидавничої справи / Ю. Мельник, О. Драчук. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. – 2010. – № 1. – С. 90-100. <https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2010_1_90_101.pdf>
6. Теремко В. Маркетингова культура як концептуальна проблема видавничої сфери України //Освіта регіону. Політологія. Психологія. Комунікації. – 2010. – №4. – С. 158-162.:  <https://social-science.uu.edu.ua/article/348>

6. Шпак В. Видавничий бізнес: книга редактора. Київ : ДП «Екс-прес-об’ява». 2022. 292 с. <https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/41832/1/V_SHPAK_VBKR_IZH.pdf>

7. Теремко В. Видавничий маркетинг. Київ : Академвидав, 2009. 272 с. <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=5872>

8. Шендерівська Л. П., Гук О. В., Мохонько Г. А. Трансформація бізнес-моделей видавництв в умовах війни та пандемії. *Економічний простір*. 2022. № 179. С. 79–85. <http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/1085>