**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>

**Заняття 2**

**Тема:** Стратегічні аспекти маркетингової діяльності видавництва

1. Вибір і проєктування стратегічних позицій видавництва.
2. Поняття маркетингової стратегії видавничої діяльності
   1. Завдання, фактори, елементи маркетингової видавничої стратегії.
   2. Групи видавництв за використанням маркетингових стратегій

**Практичні завдання:**

*1. Спроєктувати власне видавництво (назва, цільова аудиторія, тип видавничої продукції), накреслити основні напрями маркетингової видавничої стратегії.*

**Література:**

1. Сосєдко К. КНИЖКОВІ ВИДАННЯ ВИДАВНИЦТВА «РАНОК»

ЯК СКЛАДНИК ЙОГО МАРКЕТИНГОВОГО КОМПЛЕКСУ

[**https://intcom.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/view/127/104**](https://intcom.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/view/127/104)

# Успіх видавничої справи: маркетинг і метафізика

<https://starylev.com.ua/news/uspih-vydavnychoyi-spravy-marketyng-i-metafizyka>

1. ЩО ТАКЕ МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ І ДО ЧОГО ТУТ КІТ ШРЕДІНГЕРА: <https://marketer.ua/ua/marketing-strategy-and-schrodinger-s-cat/>

*2.**Навести приклади видавництв до питання 2.2*

**Джерела для практичної ілюстраці 2 питання**

# 10 правил книжкового маркетингу від Дани Павличко [Електронний ресурс] Режим доступу http://www.barabooka.com.ua/10-pravil-knizhkovogo-marketingu-vid-dani-pavlichko/

1. Мельничук В. «Гравці є, немає гри»: чим ділилися видавці у Школі книжкового бізнесу <http://www.chytomo.com/news/gravci-ye-nemaye-gri-chim-dililisya-vidavci-u-shkoli-knizhkovogo-biznesu>
2. Котвіцька К.Книжковий маркетинг: лікбез для видавців-початківців http://www.chytomo.com/news/knizhkovij-marketing-likbez-dlya-vidavciv-pochatkivciv
3. Котвіцька К. Книжкові маркетингові стратегії: український досвід http://www.chytomo.com/news/knizhkovi-marketingovi-strategiii-ukraiinskij-dosvid
4. Кролевецька І. Як комерціалізувати видання: теорія і практика від Артема Літвінця http://www.chytomo.com/master-class/yak-komercializuvati-vidannya-teoriya-i-praktika-vid-artema-litvincya
5. Герасименко О. Міжнародні книжкові проекти: варіанти співпраці http://www.chytomo.com/master-class/mizhnarodni-knizhkovi-proekti-varianti-spivpraci
6. Хемій М. 10 помилок у просуванні культурних проектів та як їх уникати http://www.chytomo.com/news/10-pomilok-u-prosuvanni-kulturnix-proektiv-ta-yak-iix-unikati
7. Берверха С. Юрій Ткач: Треба бути і перекладачем, і промоутером http://www.chytomo.com/master-class/yurij-tkach-treba-buti-i-perekladachem-i-promouterom
8. Котвіцька К. Чим ділилися експерти у Школі книжкового бізнесу http://www.chytomo.com/master-class/chim-dililisya-eksperti-u-shkoli-knizhkovogo-biznesu
9. Мочарник І. Микола Шейко: Український книжковий ринок довго не поповнювався новими силами <http://www.chytomo.com/news/mikola-shejko-ukraiinskij-knizhkovij-rinok-dovgo-ne-popovnyuvavsya-novimi-silami>

**Література до теорії**

Теремко В. Видавничий маркетинг. Київ : Академвидав, 2009. 272 с.

<https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=5872#section-1>

1. Бужбецька А. Маркетингові стратегії та українське книговидання / А. Бужбецька. – Вісник Книжкової палати. – 2010.- № 5. - С.18 - 19 <http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=vkp_2010_5_4>
2. Теремко В. Основні засади видавничого бізнесу. – К. : Академвидав, 2009. – С. 133. <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=5872#section-1>
3. Теремко В. Стратегічні пріоритети видавництва у кризових умовах <https://social-science.uu.edu.ua/article/675>
4. Формування маркетингової стратегії [Електронний ресурс] Режим доступу

http://pidruchniki.com/1055012341728/marketing/formuvannya\_marketingovoyi\_strategiyi

Стратегії маркетингу у інформаційному забезпеченні видавничої діяльності <http://megalib.com.ua/content/6362_41Strategii_marketingy_y_informaciinomy_zabezpechenni_vidavnichoi_diyalnosti.html>

Теремко В. Видавничий маркетинг. Київ : Академвидав, 2009. 272 с.

<https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=5872#section-1>

**Заняття № 3**

**Тема:** Корпоративна ідентичність видавництва

1. Поняття про фірмовий стиль.
2. Розробка і складові фірмового стилю видавництва.

**практичне завдання**

розробити проєкт власного видавництва, зазначивши:

1. Назву, тематичне спрямування і аудиторію.
2. складові фірмового стилю

**Подати у вигляді презентації або схеми**

**Література**

Верба Т. Издательский бизнес изнутри Днепропетровск : Баланс Бизнекс Букс, 2015. – С. 110-119.<https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=5872#section-1>

1. Розробка фірмового стилю: основні етапи та елементи <https://goldwebsolutions.com/uk/blog/rozrobka-firmovogo-stilyu-osnovni-etapi-ta-elementi/>
2. Фірмовий стиль <https://brandme.in.ua/firmoviy-stil/>
3. Елементи фірмового стилю <http://marketing-helping.com/konspekti-lekcz/21-konspekt-lekczj-qosnovi-marketinguq/416-elementi-frmovogo-stilyu.html>
4. Ти те, що ти читаєш». Як у світі рекламують книги <https://starylev.com.ua/club/blog/ty-te-shcho-ty-chytayesh-yak-u-sviti-reklamuyut-knygy>

6.У видавництві внутрішній слоган: "котів багато не буває!" - стартував Книжковий Арсенал https://starylev.com.ua/news/u-vydavnyctvi-vnutrishniy-slogan-kotiv-bagato-ne-buvaye-startuvav-knyzhkovyy-arsenal

**Модуль 2**

**Заняття № 4**

**Тема:** Реклама як маркетингова стратегія видавничої діяльності

**План**

1. Історія видавничої реклами.
2. Цілі, завдання, характеристики, проблеми термінологічної неузгодженості видавничої реклами.
3. Класифікація видавничої реклами.
4. Рекламна кампанія книги.

4.1 Роль та цілі рекламної кампанії.

4.2 Етапи рекламної кампанії.

4. 3 Підготовка рекламних повідомлень.

**практичне завдання):** проаналізувати 2 різновиди видавничої реклами:

* мета,
* завдання.
* вид

**Подати у вигляді презентації**

Література

1. Булах Т. Класифікація реклами у книговиданні та книгорозповсюдженні Вісник Книжкової палати. – 2008. - № 8. <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=5872#section-0ю>
2. Булах Т. Реклама у видавничій справі Харків, 2011. – 224 с. <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=5872#section-0>
3. Копистинська І. Тенденції сучасного вітчизняного книговидання: організаційний, тематичний та рекламно-промоційний аспекти (1991-2003 р.р.) : дис. … канд.. філол. наук / І. Копистинська. – К., 2004. – 202 с. <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=5872#section-0>
4. Судин А. Неоплачувані прийоми реклами у книжковій справі / А.Судин // Поліграфія та видавнича справа. – 2008. – Вип. 1 (47). – С. 102-108. [https : //yandex.ua/search/?text=http%3A%2F%2Fwww.%20nbuv.%20gov.%20ua%2Fportal%2Fnatural%2Fpivs%2F2008\_1.%20Pdf&clid=1959251&win=191&lr=960](https://yandex.ua/search/?text=http%3A%2F%2Fwww.%20nbuv.%20gov.%20ua%2Fportal%2Fnatural%2Fpivs%2F2008_1.%20Pdf&clid=1959251&win=191&lr=960)
5. Теремко В. Видавничий маркетинг / В. Теремко. – К. : Академвидав, 2009. – С. 214-220. <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=5872#section-0>
6. Орловська Н. Креативний підхід до реклами, його суть та приклади / Н. Орловська // Формування стратегії розвитку і вдосконалення організації обліку й аудиту підприємницьких структур видавничо-поліграфічної галузі : мат. Всеукр. наук.-пр. інтернет-конф. Молодих учених та студ. (20-22 листоп. 2013 р., м. Львів) / упор. А.М. Штангерт. – Львів : Українська академія друкарства, 2013. – С. 73-75.
7. Хамула О. Вплив реклами на процес реалізації книжкової продукції в Інтернеті // Формування стратегії розвитку і вдосконалення організації обліку й аудиту підприємницьких структур видавничо-поліграфічної галузі : мат. Всеукр. наук.-пр. інтернет-конф. Молодих учених та студ. (20-22 листоп. 2013 р., м. Львів) / упор. А.М. Штангерт. – Львів : Українська академія друкарства, 2013. – С. 86-88.

**Заняття № 5**

**Тема: Презентації книг як різновид маркетингових видавничих комунікацій**

**План**

* 1. Поняття про презентацію. Види презентацій.
  2. Презентації вітчизняних авторів.
  3. Презентації закордонних авторів

***При підготовці до 2 і 3 питання підібрати по 2 приклади відеопрезентацій письменниками власних творів, проаналізувати їх структуру, виявити недоліки.***

**Література**

1.Теремко В. Видавничий маркетинг / В. Теремко. – К. : Академвидав, 2009. – С. 221. <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=5872#section-0>

2.

3. Презентація як різновид публічного мовлення

http://pidruchniki.com/1566021240623/dokumentoznavstvo/prezentatsiya\_riznovid\_publichnogo\_movlennya

* 1. Копистинська І. Тенденції сучасного вітчизняного книговидання: організаційний, тематичний та рекламно-промоційний аспекти (1991-2003 р.р.) : дис. … канд.. філол. наук / І. Копистинська. – К., 2004. С.144-145.. <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=5872#section-0>

**Заняття № 6**

1. **Тема:** Брендинг у комунікаційній системі видавництва.
2. 1. Визначення сутності та ролі брендингу у видавництві
3. 2. Основні компоненти бренду
4. 3. Інструменти просування бренду
5. 4. Особливості формування брендингових стратегій
6. 5. Ребрендинг видавництва

**Модуль 3**

**Заняття 7**

**Тема:** Краудфандинг як інноваційна маркетингова стратегія

1. Поняття про краудфандинг
2. Краудфандинг у видавничій справі
   1. Онлайнові фандрайзингові платформи.
   2. Краудфандингові видавництва.
3. Краудфандинг в українській видавничій практиці **(аналіз 2 прикладів краудфандингу)**

**Література**

1. Женченко М. Краудфандинг як інноваційна бізнес-модель у видавничій галузі цифрової доби // Вісник Книжкової палати. – 2016.- № 10.
2. Подоляка Н. С. \*КРАУДФАНДИНГ В УКРАЇНСЬКІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ ТА ВИДАВНИЧІЙ СПРАВІ ЯК ІННОВАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ

ВИДАВНИЧОГО БІЗНЕСУ // Соціальні комунікації: теорія і практика : наук. журн. [наук. і літ. ред. Г.Я. Холод; наук. ред.

О. М. Холод]. – Т. 3. – К., 2016. – С. 19. https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=5872#section-1

1. В Одесі створюють журнал про Україну – гроші збирають через краудфандинг [Електронний ресурс]. – Режим

доступу: http://nsju.org/item/4466

1. В Украине набирает популярность книжный краудфандинг [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

http://dnepr.info/news/v-ukraine-nabiraet-populyarnost-knizhnyj-kraudfanding

1. Издание о культуре стало первым украинским СМИ, профинансированным через краудфандинг [Електронний

ресурс]. – Режим доступу: http://culture.lb.ua/news/2013/09/09/225158\_ izdanie\_kulture\_stalo\_pervim.html

1. Киевлянин запустил первый в Украине краудфандинг для издания книг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.44.ua/ article/989088.
2. Пішковцій С. Краудфандинг: як зібрати кошти на реалізацію своєї ідеї / С. Пішковцій [Електронний ресурс]. –Режим доступу: http://inspired.com.ua/ideas/crowdfunding/

## Фільм за романом Жадана зібрав на краудфандингу понад мільйон гривень

http://www.chytomo.com/news/film-za-romanom-zhadana-zibrav-na-kraudfandingu-ponad-miljon-griven

1. Аккерман К.Краудфандінг як фінансовий інструментhttp://www.ufin.com.ua/analit\_mat/sdu/139.htm
2. Краудфандинг в Україні http://civic-hub.org/crowdfunding-ukraine
3. Краудфандинг https://molomo.com.ua/myth/kraudfanding.html

**Заняття 8**

**Продакт плейсмент як інноваційна маркетингова стратегія**

1. Поняття про продакт плейсмент.
2. Видипродакт плейсмент.
3. Продакт плейсмент у видавничій галузі.

**ПРАКТИЧНЕ завдання:** підібрати **2 приклади** продакт плейсмент як способу інформування про видавничу продукцію

**Література**

1. Водолазька С. Інноваційні стратегії внутрішнотекствої реклами у книзі http://social-science.com.ua/article/868
2. Водолазька С. В. Продакт плейсмент *як* інноваційний спосіб просування книги: наукова рецепція, теоретичні узагальнення / С. В. Водолазька // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. - 2013. - № 3-4. - С. 144-148.
3. Водолазька С. СУЧАСНА ВИДАВНИЧА ГАЛУЗЬ СХІДНОЄВРОПЕЙСЬКОГО РЕГІОНУ: ІННОВАЦІЙНІ ДЕТЕРМІНАНТИ ТА АКТУАЛЬНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ автореф. дисертації на здобуття наукового ступеня доктора наук із соціальних комунікацій. – К. , 2016. – С. 17.

4.Марцінковська, О. Б. Продакт-плейсмент як сучасний маркетинговий інструмент: юридичні аспекти та проблеми ефективності / О. Марцінковська, О. Легкий //Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: С. І. Шкарабан (голов. ред.) та ін. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільськогонаціонального економічного університету «Економічна думка», 2013. – Том 13. – С. 327-333.

5. Мотуз Ю**.** ЯВИЩЕ ПРОДАКТ ПЛЕЙСМЕНТ У СУЧАСНІЙ МЕДІА-КУЛЬТУРІ //Медіадослідження : збірник наукових праць студентів / наук. ред. Л. В. Завгородня. – Черкаси : Черкаський нац. ун-т ім. Б. Хмельницького, 2010. – Вип. 2. – С. 39-42.

6. Зелінська Н.1РЕКЛАМУВАННЯ КНИЖКОВИХ ВИДАНЬ НА СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ **//** ВІСНИК ЛЬВІВ. УН-ТУ Серія журн. - 2013. - Вип. 38. - С. 277–282

7. Product placement по-украински [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://mediananny.com/specproject/uatv/2000.html>

**Модуль 4**

**Заняття № 9**

**Тема:** Буктрейлери як маркетингова стратегія.

[1.3 Буктрейлер як засіб медіапромоції книг 35](#_Toc56532363)

[Розділ 2. Буктрейлери як засіб медіапромоції книг 45](#_Toc56532364)

[2.1 Емпіричне дослідження промоційних властивостей буктрейлерів 45](#_Toc56532365)

[2.2 Загальна характеристика буктрейлерів, випущених іноземними видавництвами](#_Toc56532366)

[2.3 Порівняльна характеристика буктрейлерів, випущених українськими видавництвами](#_Toc56532367)

**Заняття 10-11**

**Тема:** Блоги.