МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Львівський національний університет імені Івана Франка

Факультет журналістики

Кафедра теорії і практики журналістики

Затверджено

на засіданні кафедри

теорії і практики журналістики

факультету журналістики

Львівського національного університету імені Івана Франка

(протокол № 1

від 26 серпня 2020 р.)

Завідувач кафедри

проф. Присяжний М.П.\_\_\_\_\_\_\_

**Силабус з навчальної дисципліни**

**«МЕНЕДЖМЕНТ У ВИДАВНИЧІЙ СПРАВІ»,**

**що викладається в межах ОПП Журналістика**

**першого (бакалаврського) рівня вищої освіти для здобувачів**

**з спеціальності 061 Журналістика**

**Львів 2020 р.**

**СИЛАБУС КУРСУ**

**«МЕНЕДЖМЕНТ У ВИДАВНИЧІЙ СПРАВІ»**

**2020-2021 навчального року**

|  |  |
| --- | --- |
| **Назва курсу** | «Менеджмент у видавничій справі» |
| **Адреса викладання курсу** | Вул. Генерала Чупринки, 49, Львів |
| **Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна** | Факультет журналістики, кафедра теорії і практики журналістики |
| **Галузь знань, шифр та назва спеціальності** | Галузь знань – 06 Журналістика,  Спеціальність – 061 Журналістика |
| **Викладачі курсу** | Скленар Ігор Михайлович, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри теорії і практики журналістики |
| **Контактна інформація викладачів** | <https://orcid.org/0000-0003-2081-2199>isklenar@gmail.com  Львів, вул. Генерала Чупринки, 49, каб. 202 |
| **Консультації по курсу відбуваються** | Консультації відбуваються у день проведення лекцій/практичних занять, а також за попередньою домовленістю. Також можливі он-лайн консультації через Skype або подібні ресурси. |
| **Сторінка курсу** |  |
| **Інформація про курс** | Дисципліна дає розуміння понять «менеджмент», «управління» в контексті редакційно-видавничої справи, зокрема для підготовки періодичного видання; зорієнтовує студентів восновах законодавства про видавничу справу в Україні; особливостяхпроцесу заснування видавництва та структури видавничої організації; з’ясування відносин видавництва із поліграфічними підприємствами та реалізаторами друкованої продукції.  В межах дисципліни студенти виробляють здатність до формування теоретичних узагальнень, висування гіпотез, формулювання та обґрунтування концепцій щодо розвитку видавничих проектів. |
| **Коротка анотація курсу** | Дисципліна «Менеджмент у видавничій справі» є дисципліною вільного вибору із спеціальності 061 - Журналістика для освітньої програми, яка викладається для студентів 4 курсу у другому семестрі в обсязі 3 кредитів (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS). |
| **Мета та цілі курсу** | Метою вивчення дисципліни «Менеджмент у видавничій справі» є вивчення основних понять і категорій менеджменту, системи його методів в журналістиці і видавничій діяльності, а також засвоєння законодавчих, організаційних та економічних аспектів видавничої справи у взаємозв’язку із журналістикою |
| **Література для вивчення дисципліни** | **Базова**:  1.Гутиря І. І. Економіка засобів масової комунікації: Навч. посібник. / За ред. Різуна В. В. – К.: Інститут журналістики, 2002. – 122 с.  2. Тимошик М. Видавничий бізнес. – К., 2005. – 328 с.  3. Видання. Основні види: Терміни та визначення. ДСТУ 3017-95. – К.: Держстандарт України, 1995. - 46 с.  4. Дейтус К. Сміт. Посібник книговидавця. – К.: Любіть Україну, 1999. – С. 107-120.  **Допоміжна**  **Інформаційні ресурси**  1.Закон України «Про видавничу справу» [Електронний ресурс] // Сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/318/97-%D0%B2%D1%80>  2. **Сучасний медіа-менеджмент в друкованих ЗМІ: Шляхи роздержавлення української преси:** Вид. 2-ге, доповн. та виправлене / За ред. В. Іванова та Н. Ланге. – Київ: ЦВП, АУП, 2008. – Режим доступу: <http://www.aup.com.ua/suchasniy-media-menedzhment-v-drukovan/>  3. Література й добробут. Чому більшість українців не читає книжок // Новое время. – 10 січня 2020. Режим доступу: https://nv.ua/ukr/style/kultura/yak-pov-yazani-kilkist-prochitanih-na-rik-knig-i-riven-zhittya-50063307.html  **Періодичні видання**  Періодична преса основних релігійних організацій України, які зареєстровані на рівні Міністерства культури |
| **Тривалість курсу** | Курс складається з 90 год. |
| **Обсяг курсу** | 22 год. лекційних занять, 22 год. практичних занять та 46 год. самостійної роботи. Тижневе навантаження студента складає 3 год. аудиторних занять. |
| **Очікувані результати навчання** | Після завершення цього курсу студент буде :  *знати*:  основні законодавчі положення щодо видавничої справи в Україні;  основні методи менеджменту в журналістиці та видавничій справі;  модель структури різних типів видавничих організацій;  основні пункти договору видавця із друкарнею  та *вміти*:  розрізняти спільні ознаки методів менеджменту, які використовуються у редакціях друкованих ЗМІ і видавничих організаціях;  розробляти моделі структури видавничої організації;  готувати потенційний взірець договору видавництва із поліграфічними підприємствами та реалізаторами |
| **Ключові слова** | менеджмент в ЗМІ, інструменти управління релігійними ЗМІ, тощо |
| **Формат курсу** | Очний. Для кращого розуміння тем проведення лекцій та практичних занять. |
| **Теми** | **Змістовий модуль 1. Менеджмент у видавничій справі: законодавчий та організаційний аспекти**  Тема 1. Основні поняття про менеджмент у журналістиці і видавничій справі  Тема 2.Акценти щодо управління в законодавстві України про видавничу справу  Тема 3. Організація і структура сучасного видавництва у взаємозв’язку із періодичними виданнями  Тема 4. Видавничий колектив як об’єкт менеджменту  Тема 5. Система методів менеджменту  **Змістовий модуль 2. Менеджмент у видавничій справі: економічний аспект**  Тема 1. Складові собівартості видавничої продукції та шляхи її зниження  Тема 2. Взаємовідносини видавництва і поліграфічного підприємства  Тема 3. Відносини видавництва і реалізатора друкованого продукту  Тема 4. Договірна система у видавничій справі  **Теми практичних занять**  Тема 1.Розгляд основних понять про менеджмент у журналістиці і видавничій справі  Тема 2.Аналіз статей щодо управління в законодавстві України про видавничу справу і в контексті книговидання і періодики  Тема 3. Аналіз структури сучасного видавництва у взаємозв’язку із періодичними виданнями (видавництво на вибір)  Тема 4. Розгляд видавничого колективу як спільноти однодумців – колег по цеху  Тема 5. Система методів менеджменту (на прикладі розгляду конкретного видавництва чи редакції друкованого ЗМІ)  Тема 6. Складові собівартості видавничої продукції  Тема 7. Видавнича організація і друкарня: вертикальні і горизонтальні зв’язки  Тема 8. Видавнича організація і реалізатори друкованого продукту: особливості сучасного ринку  Тема 9. Модель договору у видавничій справі |
| **Підсумковий контроль, форма** | Залік в кінці семестру у вигляді тестів |
| **Пререквізити** | Для вивчення курсу студенти потребують базових знань з журналістикознавчих зокрема та філологічних дисциплін загалом, достатніх для сприйняття категоріального апаратубакалавра зі спеціальності 061 журналістика |
| **Навчальні методи та техніки під час викладання курсу** | Лекції, практичні, консультування, дискусії |
| **Необхідне обладнання** | Із урахуванням особливостей навчальної дисципліни, вивчення курсу може не потребувати використання программного забезпечення, крім загальновживаних програм і операційних систем. |
| **Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності)** | Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за наступним співідношенням:  Поточний контроль відбувається наприкінці кожного змістового модуля, який завершується контрольною роботою (1 змістовий модуль – 10 балів, 2 змістовий модуль – 10 балів). Окрім цього враховується ще присутність на лекціях (10 балів), робота на практичних заняттях (30 балів), оцінювання самостійно виконаного проекту (10 балів), основне тестування в кінці семестру (30 балів).  У відсотковому відношенні – це:  - практичні/самостійні тощо :75%  - контрольні заміри (модулі): 15%  - іспит/**залік:** 10%  Підсумкова максимальна кількість балів – 100.  **Письмові роботи:**Окремо студенти розробляють схему видавничої організації (взірець їм буде запропоновано) та потенційні кроки із вдосконалення інструментів менеджменту із періодикою.  **Академічна доброчесність** є обов'язковою умовою зарахування завдань. Відсутність посилань на використані джерела, будь-яке фабрикування, джерел, плагіат буль-якої частини тексту є проявом академічної недоброчесності. Виявлення ознакак анемічної недоброчесності в письмовій роботі є підставою для її не зарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману. Оцінюванню підлягають лише оригінальні дослідженнями. Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються.  **Відвідування занять** є важливою складовою навчання. Слухачі в обов'язковому порядку повинні інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. Студенти зобов’язані дотримуватися усіх термінів, що визначені для виконання усіх видів письмових робіт, передбачених цією дисципліною.  **Література.** Усю літературу для забезпечення вивчення дисципліни студенти опрацьовують самостійно. Заохочується до використання також й інша література та джерела, яких немає у переліку рекомендованих.  **Політика виставлення балів.** Враховуються бали, набрані на поточному тестуванні (контрольній), самостійній роботі та бали підсумкового тестування. При цьому обов’язково враховуються присутність на заняттях та активність студента під час практичного заняття; недопустимість пропусків та запізнень на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття, якщо це не пов’язано з навчанням; списування та плагіат; несвоєчасне виконання поставленого завдання і т. ін. |
| **Питання до заліку чи екзамену.** | **Питання на іспит**  1.Поняття «менеджмент» у журналістиці і видавничій справі. 2.Основні завдання менеджменту в цих сферах  3.Сукупність методів менеджменту.  4.Економічні методи менеджменту.  5.Адміністративні методи менеджменту.  6.Соціально-психологічні методи менеджменту.  7.Організація взаємодії методів менеджменту у видавничому колективі.  8.Коротка характеристика наявної нормативно-правової бази діяльності видавництва (видавничого підрозділу).  9.Найпоширеніші організаційно-правові форми функціонування видавництв.  10.Типова структура Статуту видавництва.  11.Змістове наповнення основних розділів Статуту (розглянути на прикладіположень Закону та конкретного видавництва).  12.Поняття«юридична адреса».  13.Порядок державної реєстрації новоутвореної видавничої структури.  14.Типи сучасних українських видавництв.  15.Структура видавництва із відділом періодичних видань.  16.Організація роботи відділів видавництва для підготовки газетно-журнальних видань.  17. Управлінські рішення щодо ефективності співпраці керівників відділів. |
| **Опитування** | Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу може бути надано після завершення курсу. |