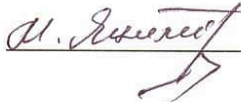


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Львівський національний університет імені Івана Франка
Факультет журналістики
Кафедра мови засобів масової інформації

Затверджено

на засіданні кафедри
мови засобів масової інформації
факультету журналістики
Львівського національного університету
імені Івана Франка
(протокол №1 від 31 серпня 2020 р.)

Завідувач кафедри

 проф. Яцимірська М. Г.

Силабус з навчальної дисципліни
“Видавничий менеджмент”
для студентів спеціальності
061 – “Журналістика”
Спеціалізація “Редагування та видавнича справа”

Львів–2020

**Силабус курсу “Видавничий менеджмент”
2020/2021 навчального року**

Назва курсу	Видавничий менеджмент
Адреса викладання курсу	Львівський національний університет імені Івана Франка (Львів, вул. Генерала Чупринки, 49)
Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна	Факультет журналістики; кафедра мови засобів масової інформації
Галузь знань, шифр та назва спеціальності	Галузь знань – 06 журналістика Спеціальність – 061 журналістика
Викладачі курсу	Яцимирська Марія Григорівна, канд. філол.наук, професор Маркевич Богдан Михайлович, викладач
Контактна інформація викладачів	Електронна адреса: yatsymirska@ukr.net ; markevych.bohdan@gmail.com посилання на сторінку кафедри мови ЗМІ: https://www.facebook.com/kafedramovyzmi Телефон: (032) 239-41-81 – стаціонарний
Консультації по курсу відбуваються	Щовівторка, 14:00–16:00 год. (Львів, вул. Генерала Чупринки, 49, ауд. 207) Онлайн-консультації на платформі ZOOM
Сторінка курсу	https://journ.lnu.edu.ua/students/dystantsiynе-navchannia/kafedra-movy-zasobiv-masovoi-informatsii
Інформація про курс	Курс “Видавничий менеджмент” належить до дисциплін спеціалізації “Редагування і видавнича справа”. Освітній рівень – бакалавр. 6-й семестр.
Коротка анотація курсу	Дисципліна “Видавничий менеджмент” є нормативною дисципліною зі спеціальності “Журналістика” для освітньої програми бакалавра, яка викладається в 6-му семестрі в обсязі 3 кредитів (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS).
Мета та цілі курсу	Мета дисципліни “Видавничий менеджмент” – розширити та узагальнити знання студентів про видавництво як складну і динамічну соціальну систему.
Література для вивчення дисципліни	Основна література: <ol style="list-style-type: none"> 1. Женченко М. Цифрові трансформації видавничої галузі. – Жнець. – 2019. – 440 с. 2. Теремко В. І. Основні засади видавничого бізнесу : навч. посіб. – Київ : Академвидав, 2010. – 136 с. 3. Теремко В. І. Видавничий маркетинг: навч. посіб. – Київ: Академвидав, 2009. – 272 с. 4. Теремко В. Видавництво-XXI. Виклики і стратегії : монографія – К. : Академвидав, 2012. – 328 с. – (Серія «Монограф»). 5. Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця, видавця. – К.: Наша культура і наука, 2005. Розділ 1 (с. 11–200). <p>Додаткова література:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Дурняк Б. В., Штангерт А. М., Мельников О. В. Видавничо-поліграфічна галузь України: стан, проблеми, тенденції: Статистично-графічний огляд. – Львів: Українська академія

	<p>друкарства, 2006. – С. 9–63.</p> <p>2. Огар Е. І. Українсько-російський та російсько-український словник-довідник з видавничої справи. – Львів: Палітра друку, 2002. – 224.</p> <p>3. Тимошик М.С. Як редагувати книжкові та газетно-журнальні видання : практичний посібник. – Київ: Наша культура і наука, 2012 . – 383 с.</p> <p>4. Ярема С. Стандарти у поліграфії стандартизація у видавничій поліграфічній та пакувальній справі. – Університет "Україна". – 2006. – 312 с.</p> <p>5. Тимошик М. С. Видавничий бізнес: Погляд журналіста, видавця, вченого. – К.: Наша культура і наука, 2005.</p>
Тривалість курсу	90 год.
Обсяг курсу	32 години аудиторних занять. З них 16 годин лекцій, 16 годин практичних занять та 58 годин самостійної роботи
Очікувані результати навчання	<p>Після завершення курсу студент буде:</p> <p>Знати:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципи організації структури видавництва; - основні методи управління колективом видавництва; - механізми забезпечення згуртованості колективу видавництва; - ефективні способи розв’язання конфліктів. <p>Вміти:</p> <ul style="list-style-type: none"> - визначати стратегічний потенціал та конкурентну спроможність видавництва; - формулювати принципи кадрової політики видавництва; - формувати основні елементи корпоративної культури видавництва; - використовувати методи управління колективом видавництва відповідно до особливостей його структури.
Ключові слова	Видавничий менеджмент, корпоративна культура, видавнича галузь, видавничий маркетинг, видавничий бізнес
Формат курсу	Очний
	Проведення лекцій, лабораторних робіт та консультацій для кращого розуміння тем
Підсумковий контроль, форма	іспит в кінці семестру комбінований
Передумови курсу	Для вивчення курсу студенти потребують базових знань з дисциплін “Редагування в ЗМІ”, “Менеджменту в ЗМІ”
Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання курсу	Презентація, лекції, колаборативне навчання, проєктно-орієнтоване навчання, дискусія, творчі завдання.
Необхідне обладнання	Комп’ютер, ксерокс, програмне забезпечення.
Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної)	<p>Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою.</p> <p>Бали нараховуються за таким співвідношенням:</p> <ul style="list-style-type: none"> • практичні: 50% семестрової оцінки; максимальна кількість балів – 50.

діяльності)	<ul style="list-style-type: none"> іспит: 50% семестрової оцінки. Максимальна кількість балів – 50 Підсумкова максимальна кількість балів – 100. <p>Письмові роботи: студенти підготують проєкт – бізнес-план власного видавництва.</p> <p>Академічна доброчесність: роботи студентів повинні бути самостійними, поклики на джерела – обов’язкові.</p> <p>Відвідування занять є обов’язком кожного студента.</p> <p>Література. Література, яку рекомендовано студентам, доступна в інтернеті та факультетській бібліотеці.</p> <p>Політика виставлення балів. Прозора та об’єктивна, без порушень академічної доброчесності.</p>
Питання до екзамену.	<ol style="list-style-type: none"> Завдання і сутність видавничого менеджменту. Функції менеджменту. Теорії мотивації у видавничому менеджменті. Видавничий процес як основа ефективного менеджменту. Видавнича продукція (книга) як специфічний товар. Започаткування та організація видавництва. Конфліктні ситуації у видавничому процесі. Керівництво та лідерство у видавничій діяльності.
Опитування	Анкету-оцінку якості курсу буде надано по завершенню навчання.

*** Схеми курсу*

Тиж. / дата / год.-	Тема, план, короткі тези	Форма діяльності (заняття) * *лекція, самостійна, дискусія, групова робота)	Література.*** Ресурси в інтернеті	Завдання, год	Термін виконання
1/09.02.2021/2 год.	Тема 1. Сутність, функції та завдання менеджменту. Особливості менеджменту у видавничій справі 1. Основні поняття в системі видавничого менеджменту. 2. Концептуальні	лекція	1. Теремко В. І. Основні засади видавничого бізнесу : навч. посіб. – Київ : Академвидав, 2010. – 136 с. 2. Теремко В. І. Видавничий маркетинг: навч. посіб. – Київ: Академвидав, 2009. – 272 с. 3. Тимошик М. С. Книга для автора, редактора,		

	моделі сучасного менеджменту.		видавця, видавця. – К.: Наша культура і наука, 2005. Розділ 1 (с. 11–200).		
2/16.02.2021/2 год.	Тема 1. Завдання і сутність менеджменту.	Практичне заняття	1. Теремко В. І. Основні засади видавничого бізнесу : навч. посіб. – Київ : Академвидав, 2010. – 136 с. 2. Теремко В. І. Видавничий маркетинг: навч. посіб. – Київ: Академвидав, 2009. – 272 с. 3. Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця, видавця. – К.: Наша культура і наука, 2005. Розділ 1 (с. 11–200).	На основі аналізу моделей менеджменту розробіть найпридатнішу модель видавничого менеджменту для українських реалій. (7 год.)	16.02.2021
3/23.02.2021/2 год.	Тема 2. Функціональний зміст видавничого менеджменту 1. Функції видавничого менеджменту. 2. Планування, організація, мотивація, контроль, координація, регулювання як основа управління організацією. Теорії мотивації у видавничій царині: теорія потреб, теорія сподівань (модель Врума), теорія справедливості, теорія атрибуції, комплексна модель Портера-Лоулера, теорія «Х» та «У» Д. Мак-Грегора.	лекція	1. Женченко М. Цифрові трансформації видавничої галузі. – Жнець. – 2019. – 440 с. 2. Теремко В. І. Основні засади видавничого бізнесу : навч. посіб. – Київ : Академвидав, 2010. – 136 с. 3. Теремко В. І. Видавничий маркетинг: навч. посіб. – Київ: Академвидав, 2009. – 272 с. 4. Теремко В. Видавництво-XXI. Виклики і стратегії : монографія – К. : Академвидав, 2012. – 328 с. – (Серія «Монограф»). 5. Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця, видавця. – К.: Наша культура і наука, 2005. Розділ 1 (с. 11–200).		23.02.2021

4/02.03.2021/2 год.	Тема 2. Функції менеджменту	Практичне заняття	<p>1. Женченко М. Цифрові трансформації видавничої галузі. – Жнець. – 2019. – 440 с.</p> <p>1. Теремко В. І. Основні засади видавничого бізнесу : навч. посіб. – Київ : Академвидав, 2010. – 136 с.</p> <p>2. Теремко В. І. Видавничий маркетинг: навч. посіб. – Київ: Академвидав, 2009. – 272 с.</p> <p>3. Теремко В. Видавництво-XXI. Виклики і стратегії : монографія – К. : Академвидав, 2012. – 328 с. – (Серія «Монограф»).</p> <p>4. Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця, видавця. – К.: Наша культура і наука, 2005. Розділ 1 (с. 11–200).</p>	Систематизуйте українські видавництва за тематикою (скористайтесь інтернет-навігатором) (7 год.)	03.03.2021
5/09.03.2021/2 год.	Тема 3. Контроль у системі менеджменту 1. Сутність та принципи управлінського контролю. 2. Основні функції контролю	лекція	<p>1. Женченко М. Цифрові трансформації видавничої галузі. – Жнець. – 2019. – 440 с.</p> <p>1. Теремко В. І. Основні засади видавничого бізнесу : навч. посіб. – Київ : Академвидав, 2010. – 136 с.</p> <p>2. Теремко В. І. Видавничий маркетинг: навч.</p>		09.03.2021

			<p>посіб. – Київ: Академвидав, 2009. – 272 с.</p> <p>3. Теремко В. Видавництво-XXI. Виклики і стратегії : монографія – К. : Академвидав, 2012. – 328 с. – (Серія «Монограф»).</p> <p>4. Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця, видавця. – К.: Наша культура і наука, 2005. Розділ 1 (с. 11–200).</p>		
6/16.03.2021/2 год.	Тема 3. Теорії мотивації видавничому менеджменті у	Практичне заняття	<p>1. Женченко М. Цифрові трансформації видавничої галузі. – Жнець. – 2019. – 440 с.</p> <p>1. Теремко В. І. Основні засади видавничого бізнесу : навч. посіб. – Київ : Академвидав, 2010. – 136 с.</p> <p>2. Теремко В. І. Видавничий маркетинг: навч. посіб. – Київ: Академвидав, 2009. – 272 с.</p> <p>3. Теремко В. Видавництво-XXI. Виклики і стратегії : монографія – К. : Академвидав, 2012. – 328 с. – (Серія «Монограф»).</p> <p>4. Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця, видавця. – К.: Наша культура і наука, 2005. Розділ 1 (с. 11–</p>	Розробіть систему мотиваційних чинників та методів їх реалізації у проєктованому Вами видавництві. (7 год.)	16.03.2021

			200).		
7/23.03.2021/2 год.	<p>Тема 4. Місії, цілі, стратегії і тактики видавництва</p> <p>1. Місія і цілі видавництва. 2. Організаційні елементи видавництва 3. Стратегії і тактики видавництва.</p>	лекція	<p>1. Женченко М. Цифрові трансформації видавничої галузі. – Жнець. – 2019. – 440 с.</p> <p>1. Теремко В. І. Основні засади видавничого бізнесу : навч. посіб. – Київ : Академвидав, 2010. – 136 с.</p> <p>2. Теремко В. І. Видавничий маркетинг: навч. посіб. – Київ: Академвидав, 2009. – 272 с.</p> <p>3. Теремко В. Видавництво-XXI. Виклики і стратегії : монографія – К. : Академвидав, 2012. – 328 с. – (Серія «Монограф»).</p> <p>4. Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця, видавця. – К.: Наша культура і наука, 2005. Розділ 1 (с. 11–200).</p>		23.03.2021
8/30.03.2021/2 год.	Тема 4. Видавничий процес як основа ефективного менеджменту.	Практичне заняття	<p>1. Женченко М. Цифрові трансформації видавничої галузі. – Жнець. – 2019. – 440 с.</p> <p>1. Теремко В. І. Основні засади видавничого бізнесу : навч. посіб. – Київ : Академвидав, 2010. – 136 с.</p> <p>2. Теремко В. І. Видавничий</p>	Відвідайте одне з львівських видавництв та опишіть власні враження та аналіз побаченого і почутого у видавництві з позиції професійного менеджера. (7 год.)	30.03.2021

			<p>маркетинг: навч. посіб. – Київ: Академвидав, 2009. – 272 с.</p> <p>3. Теремко В. Видавництво-XXI. Виклики і стратегії : монографія – К. : Академвидав, 2012. – 328 с. – (Серія «Монограф»).</p> <p>4. Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця, видавця. – К.: Наша культура і наука, 2005. Розділ 1 (с. 11–200).</p>		
9/06.04.2021/2 год.	<p>Тема 5. Започаткування та організація видавництва</p> <p>1. Визначення стратегічного потенціалу та конкурентної спроможності видавництва.</p> <p>2. Вибір організаційної форми та способів здійснення видавничого бізнесу.</p> <p>3. Бізнес-план як засіб обґрунтування та реалізації підприємницької діяльності.</p> <p>4. Універсальне і спеціалізоване видавництво.</p>	лекція	<p>1. Женченко М. Цифрові трансформації видавничої галузі. – Жнець. – 2019. – 440 с.</p> <p>1. Теремко В. І. Основні засади видавничого бізнесу : навч. посіб. – Київ : Академвидав, 2010. – 136 с.</p> <p>2. Теремко В. І. Видавничий маркетинг: навч. посіб. – Київ: Академвидав, 2009. – 272 с.</p> <p>3. Теремко В. Видавництво-XXI. Виклики і стратегії : монографія – К. : Академвидав, 2012. – 328 с. – (Серія «Монограф»).</p> <p>4. Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця, видавця. – К.: Наша культура і наука, 2005. Розділ 1 (с. 11–</p>		06.04.2021

			200).		
10/13.04.2021/ 2 год.	Тема 5. Видавнича продукція (книга) як специфічний товар.	Практичне заняття	<p>1. Женченко М. Цифрові трансформації видавничої галузі. – Жнець. – 2019. – 440 с.</p> <p>1. Теремко В. І. Основні засади видавничого бізнесу : навч. посіб. – Київ : Академвидав, 2010. – 136 с.</p> <p>2. Теремко В. І. Видавничий маркетинг: навч. посіб. – Київ: Академвидав, 2009. – 272 с.</p> <p>3. Теремко В. Видавництво-XXI. Виклики і стратегії : монографія – К. : Академвидав, 2012. – 328 с. – (Серія «Монограф»).</p> <p>4. Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця, видавця. – К.: Наша культура і наука, 2005. Розділ 1 (с. 11–200).</p>	Складіть технологічну модель процесу підготовки книги у видавництві та видавничого супроводу її з відповідним и обов'язками персоналу. (8 год.)	13.04.2021
11/20.04.2021/ 2 год.	<p>Тема 6. Видавничий процес як основа ефективного менеджменту</p> <p>1. Етапи редакційно-видавничого процесу.</p> <p>2. Підготовчий етап.</p> <p>3. Редакційний етап.</p> <p>4. Виробничий етап.</p> <p>5. Завершальний (маркетинговий етап).</p>	лекція	<p>1. Женченко М. Цифрові трансформації видавничої галузі. – Жнець. – 2019. – 440 с.</p> <p>1. Теремко В. І. Основні засади видавничого бізнесу : навч. посіб. – Київ : Академвидав, 2010. – 136 с.</p> <p>2. Теремко В. І. Видавничий</p>		20.04.2021

			<p>маркетинг: навч. посіб. – Київ: Академвидав, 2009. – 272 с.</p> <p>3. Теремко В. Видавництво-XXI. Виклики і стратегії : монографія – К. : Академвидав, 2012. – 328 с. – (Серія «Монограф»).</p> <p>4. Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця, видавця. – К.: Наша культура і наука, 2005. Розділ 1 (с. 11–200).</p>			
12/27.04.2021/ 2 год.	Тема Започаткування організація видавництва.	6. та	Практич не заняття	<p>1. Женченко М. Цифрові трансформації видавничої галузі. – Жнець. – 2019. – 440 с.</p> <p>2. Теремко В. І. Основні засади видавничого бізнесу : навч. посіб. – Київ : Академвидав, 2010. – 136 с.</p> <p>3. Теремко В. І. Видавничий маркетинг: навч. посіб. – Київ: Академвидав, 2009. – 272 с.</p> <p>4. Теремко В. Видавництво-XXI. Виклики і стратегії : монографія – К. : Академвидав, 2012. – 328 с. – (Серія «Монограф»).</p> <p>5. Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця, видавця. – К.: Наша культура і наука,</p>	Сформулюйте і опишіть мету, цілі, місію, стратегію проєктованого Вами видавництва. (8 год.)	27.04.2021

			2005. Розділ 1 (с. 11–200).		
13/04.05.2021/ 2 год.	Тема 7. Керівництво, влада, лідерство у видавничій діяльності 1. Роль менеджера в організаційній роботі видавництва. 2. Керівництво як спосіб здійснення менеджменту. 3. Особливості здійснення влади у видавничому менеджменті. 4. Лідерство у видавничій діяльності. 5. Джерела і сутність конфліктів у видавничій сфері. 6. Особливості поведінки людей у конфліктних ситуаціях. 7. Принципи і методи подолання конфліктів, формування здорового клімату у видавництві.	лекція	1. Женченко М. Цифрові трансформації видавничої галузі. – Жнець. – 2019. – 440 с. 1. Теремко В. І. Основні засади видавничого бізнесу : навч. посіб. – Київ : Академвидав, 2010. – 136 с. 2. Теремко В. І. Видавничий маркетинг: навч. посіб. – Київ: Академвидав, 2009. – 272 с. 3. Теремко В. Видавництво-XXI. Виклики і стратегії : монографія – К. : Академвидав, 2012. – 328 с. – (Серія «Монограф»). 4. Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця, видавця. – К.: Наша культура і наука, 2005. Розділ 1 (с. 11–200).		04.05.2021
14/11.05.2021/ 2 год.	Тема 7. Конфліктні ситуації у видавничому процесі.	Практичне заняття	1. Женченко М. Цифрові трансформації видавничої галузі. – Жнець. – 2019. – 440 с. 1. Теремко В. І. Основні засади видавничого бізнесу : навч. посіб. – Київ : Академвидав, 2010. – 136 с. 2. Теремко В. І. Видавничий	Напишіть есе на тему: «Як я контролюю тиму своїх підлеглих». (4 год.)	11.05.2021

			<p>маркетинг: навч. посіб. – Київ: Академвидав, 2009. – 272 с.</p> <p>3. Теремко В. Видавництво-XXI. Виклики і стратегії : монографія – К. : Академвидав, 2012. – 328 с. – (Серія «Монограф»).</p> <p>4. Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця, видавця. – К.: Наша культура і наука, 2005. Розділ 1 (с. 11–200).</p>		
15/18.05.2021/ 2 год.	<p>Тема 8. Видавнича продукція (книга) як специфічний товар</p> <p>1. Книга як специфічний товар.</p> <p>2. Основні тенденції видавничого бізнесу в Україні.</p> <p>3. Видавництво як соціально-економічна організація.</p>	лекція	<p>1. Женченко М. Цифрові трансформації видавничої галузі. – Жнець. – 2019. – 440 с.</p> <p>1. Теремко В. І. Основні засади видавничого бізнесу : навч. посіб. – Київ : Академвидав, 2010. – 136 с.</p> <p>2. Теремко В. І. Видавничий маркетинг: навч. посіб. – Київ: Академвидав, 2009. – 272 с.</p> <p>3. Теремко В. Видавництво-XXI. Виклики і стратегії : монографія – К. : Академвидав, 2012. – 328 с. – (Серія «Монограф»).</p> <p>4. Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця, видавця. – К.: Наша культура і наука,</p>		18.05.2021

			2005. Розділ 1 (с. 11–200).		
16/25.05.2021/ 2 год.	Тема 8. Видавництво як соціально-економічна організація.	Практичне заняття	<p>1. Женченко М. Цифрові трансформації видавничої галузі. – Жнець. – 2019. – 440 с.</p> <p>1. Теремко В. І. Основні засади видавничого бізнесу : навч. посіб. – Київ : Академвидав, 2010. – 136 с.</p> <p>2. Теремко В. І. Видавничий маркетинг: навч. посіб. – Київ: Академвидав, 2009. – 272 с.</p> <p>3. Теремко В. Видавництво-XXI. Виклики і стратегії : монографія – К. : Академвидав, 2012. – 328 с. – (Серія «Монограф»).</p> <p>4. Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця, видавця. – К.: Наша культура і наука, 2005. Розділ 1 (с. 11–200).</p>	Підготуйте проєкт, бізнес-план універсального чи спеціалізованого власного видавництва на основі аналізу українських видавництв. (10 год.)	25.05.2021