

УКРАЇНСЬКА АКАДЕМІЯ ДРУКАРСТВА

Кафедра інформаційної, бібліотечної та книжкової справи

ПРОГРАМА

нормативної навчальної дисципліни
«Сучасні видавничі процеси»
підготовки магістрів

напряму **02 – Культура і мистецтво**
спеціальності **029 – Інформаційна, бібліотечна та архівна справа**
спеціалізації **документознавство та інформаційна діяльність**

Львів - 2016

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ:

Танчин Любов Миколаївна, доцент, кандидат філологічних наук,
доцент кафедри інформаційної, бібліотечної та книжкової справи
Української академії друкарства

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри інформаційної, бібліотечної
та книжкової справи

Протокол № 2 від 27 вересня 2016 року

Завідувач кафедри інформаційної, бібліотечної
та книжкової справи

Пасічник М.С.

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Програма вивчення нормативної навчальної дисципліни “Сучасні видавничі процеси” складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки магістрів напряму 02 – «Культура і мистецтво» спеціальності 029 – « Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» спеціалізації «Документознавство та інформаційна діяльність»

Предметом вивчення навчальної дисципліни «Сучасні видавничі процеси» є теоретико-методологічні, організаційні та історичні засади видавничої та інформаційної справи, поняття і технології документознавства, бібліографознавства, архівознавства, низки гуманітарних та соціокультурних дисциплін у конкретному соціально-політичному середовищі.

Міждисциплінарні зв'язки: Дисципліна має зв'язок з такими начальними курсами як : «Бібліотекознавство», «Книгознавство», «Документознавство», «Архівознавство», «Документаційне забезпечення діяльності установ», «Інформаційний ринок», «Засоби масової інформації» та ін..

Мета та завдання навчальної дисципліни 1.1. Метою викладання навчальної дисципліни “Сучасні видавничі процеси” є надати студентам знання про теоретико-методологічні, організаційні та історичні засади сучасних видавничих процесів як навчальної дисципліни та складової комунікаційної сфери, а також з'ясувати феномен видавничих процесів як соціокультурного явища, ознайомитись з основами організації функціонування видавничої справи з метою набуття практичних умінь і навичок для майбутньої професійної діяльності.

Основними завданнями вивчення дисципліни “ Сучасні видавничі процеси” є вивчити теоретичні засади видавничих процесів як науки та навчальної дисципліни; опанувати методологію та методику здійснення видавничих процесів у сучасному інформаційному суспільстві; ознайомитися із організацією та основними тенденціями книговидавничих досліджень; сформувати загальні поняття про видавничий процес та його роль у суспільстві, функції, структурно-функціональну модель; оволодіти науковими підходами до класифікації і типологізації видань ; ознайомитися з професійними вимогами

до фахівців, які працюють над підготовкою і випуском видань; вивчити теоретичні засади та практичні аспекти організації функціонування видавничої справи як складової комунікаційних процесів.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми **студенти повинні знати:**

- понятійно-категоріальний апарат видавничої та інформаційної справи;
- об'єкт, предмет, структуру, багатоаспектність функцій, методологію науки про сучасні видавничі процеси;
- загальні тенденції, історію і сучасний стан розвитку вітчизняної а зарубіжної видавничої справи, зади та практичні вимоги видавничої та документаційної професіології;
- основні типи і види видань, їх соціальні функції;
- теоретичні та законодавчі засади організації суспільного користування бібліотеками;
- структуру бібліотечної системи України;
- принципи організації бібліотечної справи в країні;
- основні напрями міжнародного видавничо-інформаційного співробітництва.

Маючи теоретичні знання із інформаційної та видавничої справи, володіючи їх загальнотеоретичними та методологічними проблемами, студент **повинен вміти:**

- визначати структуру, об'єкт і предмет науки про сучасні видавничі процеси;
- аналізувати основні принципи і концепції розвитку видавничої та інформаційної справи;
- визначати місце сучасних видавничих процесів системі наук, співвідношення їх з іншими науками;
- володіти основними методами видавничих та комунікаційних досліджень;
- аналізувати історію та сучасний стан досліджень у галузі видавничої та інформаційної справи;
- аналізувати наукові праці;
- володіти видавничою термінологією та знати її історію;

- реалізовувати державну політику в галузі видавничої та інформаційної справи;
- визначати основні види і типи видань та їх функції;
- сприяти взаємодії між видавничими та інформаційними структурами різних систем і відомств.

2. Інформаційний обсяг навчальної дисципліни На вивчення навчальної дисципліни відводиться 120 години / 4 кредити ECTS. Аудиторне навантаження складає 51 год. (лекції -34 год., практичні заняття -17 год), самостійна робота студентів – 69 год.

3. Структура навчальної дисципліни: Змістовий модуль 1 . (Тема Кількість годин, відведених на лекції семінарські та практичні заняття, самостійну роботу): **Тема1** Видавнича справа як галузь знань і практична діяльність – 4 2, 7 ; **Тема 2** Видавнича діяльність як складова комунікаційної діяльності в Україні - 4,2, 8 ; **Тема 3.** Організація роботи видавництва – 4,2,10; **Тема 4.** Редакційно-видавничий процес – 6, 2, 9;

Змістовий модуль 2.

Тема 5 . Робота редактора з текстом майбутнього видання з метою підготовки його до друку – 6 , 2, 10; **Тема 6. .** Видавничий маркетинг. – 6, 2, 10; **Тема 7.** Маркетингові комунікації видавничого підприємства– 2, 2, 6; **Тема. 8.** Інтегровані засоби маркетингових комунікацій видавництва. –2 ,3, 10;

4. Програма навчальної дисципліни складається з таких змістових модулів

Змістовий модуль 1. Теоретико-методологічні аспекти науки про сучасні видавничі процеси

Тема 1 Видавнича справа як галузь знань і практична діяльність – 4 год.

1. Видавнича справа як сфера суспільних відносин
2. Видавнича справа як галузь науки і спеціальність
3. Основні поняття та їх визначення
4. Зв'язок з іншими галузями знань та сферами діяльності
5. Нормативно-правова база видавничої діяльності
6. Законодавство України про видавничу справу

Тема 2 Видавнича діяльність як складова комунікаційної діяльності в Україні
- 4 год.

1. Загальна характеристика
2. Книжкова палата України. Її, функції у сфері інформаційної, видавничої, та бібліотечної справи
3. Бібліографічні видання та інформаційні видання Книжкової палати України та їх роль в інформаційній, бібліотечній та видавничій діяльності
4. «Вісник Книжкової палати України» науково-практичний фаховий журнал
5. Бібліографія і статистика книговидання
6. Видавництва, їх класифікація
7. Поліграфічне підприємство як виконавець поліграфічних робіт з випуску друкованої продукції
8. Підприємства книжкової торгівлі. Їх характеристика, роль і місце у книговиданні та книго розповсюдженні

Тема 3. Організація роботи видавництва – 4 год.

1. Структура видавництва Стадії видавничої роботи Основні фахівці видавництва Обслуговуючі служби
2. Обов'язки і права видавництва Загальні обов'язки видавництва Обов'язкові примірники видань Права видавництва
3. Основні функціональні обов'язки працівників видавництва

Тема 4. Редакційно-видавничий процес – 6 год.

1. Сутність і зміст редакційно-видавничого процесу
2. Стадії редакційно-видавничого процесу
3. Вимоги до побудови редакційно-видавничого процесу
4. Підбір автора чи авторського колективу
5. План-проспект видання
6. Рецензування
7. Укладення договору з автором

Змістовий модуль 2

Тема 5 . Робота редактора з текстом майбутнього видання з метою підготовки його до друку – 6 год

1. Авторський оригінал. Прийом видавництвом твору автора. Схвалення авторського оригіналу
2. Редагування. Робота редактора з текстом
3. Робота редактора з ілюстративним матеріалом.
4. Робота з науково-довідковим апаратом
5. Художнє оформлення видання Художня структура книг Дизайн тексту
- 6.. Підготовка ілюстрацій Підготовка обкладинки
7. Видавничий оригінал. Робота з документом.
8. Коректура. Коректурні знаки

Тема 6 . Видавничий маркетинг. – 6 год.

1. . Маркетингова діяльність видавництва Цілі маркетингової діяльності видавництва.
2. Редактор і маркетинг
3. Вивчення попиту на ринку
- 4 Сегментування ринку
5. Вибір цільових сегментів ринку
6. Позичування книги на ринку
7. Просування книг на ринок
8. Типові рішення з розповсюдження книг
9. Можливі схеми проходження книг від видавця до кінцевого споживача
- . 10. Методи реалізації книжкової продукції

Тема 7. Маркетингові комунікації видавничого підприємства– 2 год.

1. Зміст, цілі, засоби комунікаційної діяльності
2. Реклама як комунікаційний феномен у розповсюдженні книг. Підготовка рекламних повідомлень. Основні способи рекламування книги
3. Прямий маркетинг у комунікаційній практиці видавництва
4. Стимулювання продажів видавничої продукції як маркетинговий феномен
5. Паблік рілейшнз у комунікаційній практиці видавництва

Тема. 8. Інтегровані засоби маркетингових комунікацій видавництва. – 2 год.

1. Загальна характеристика. Зміст. Цілі. Функції.
2. Мерчандайзинг як інструмент просування видавничої продукції і мистецтво її продавати.
3. Книжкові виставки як комунікаційний феномен. .
- 4.Брендинг у комунікаційній системі видавництва.

5. Практичні заняття – 17 год.

Практичне заняття 1. Сучасні видавничі процеси як наукова дисципліна і практична діяльність. – 2 год.

Заняття проводиться у формі семінару. Для обговорення виносяться питань з тем 1 і 2.

1. Що є предметом навчальної дисципліни «Сучасні видавничі системи»?
2. Що повинен знати магістр, вивчивши цю дисципліну?
3. Що повинен уміти магістр, вивчивши цю дисципліну?
4. Основні поняття з видавничої справи та їх визначення
5. Окреслити місце дисципліни «Сучасні видавничі процеси » в системі наук із соціальних комунікацій («Основи теорії комунікації» «Книгознавство», «Документознавство», «Діловодство», «Бібліокекознавство» та ін.).
6. Охарактеризувати видавничу справу як сферу суспільних відносин
7. Охарактеризувати видавничу справу як практичну діяльність. Взаємодія видавничої справи з іншими галузями соціальних комунікацій
8. Нормативні документи, які використовуються для здійснення сучасних видавничих процесів.

Практичне заняття 2. Сучасні видавничі процеси в системі інформаційного ринку України. На занятті розглядаються питання, вивчені у темах 3 і 4. -2 год.

- 1.Охарактеризувати поняття «ринок»у видавничій справі. Сутність, структура, функції
2. Охарактеризувати видавництво як підприємство інформаційного ринку, де здійснююся редакційно-видавничі процеси. Змоделюйте структуру сучасного видавництва

3. Поліграфічні підприємства як суб'єкт інформаційного ринку, що виконують всі або деякі види поліграфічних робіт з випуску друкованої продукції.
4. Підприємства книжкової торгівлі як суб'єкт інформаційного ринку
6. Книжкова палата України. Її, функції у сфері видавничої бібліотечної та інформаційної справи.
6. Інформаційні та бібліографічні документи Книжкової палати України.
7. Книжкова палата як архів виданих в Україні документів

Практичне заняття 3. - 2 год

1. Стадії роботи видавництва та структура видавництва
2. Сутність і зміст редакційно-видавничого процесу
3. Охарактеризувати кожен із стадій редакційно-видавничого процесу
4. Окреслити вимоги до здійснення редакційно-видавничого процесу
5. Охарактеризувати видавництво як підприємство інформаційного ринку, де здійснюються редакційно-видавничі процеси
6. Вказати на роль і місце підприємств інформаційного ринку, які працюють на тоІндивідуальна робота.

Поставлені питання обговорюються на прикладі конкретного видавництва, з діяльністю якого студенти ознайомилися в процесі самостійної роботи

Практичне заняття 4 Підготовчий етап редакційно-видавничого процесу -2 год.

1. Стадії роботи видавничої роботи та структура видавництва
2. Сутність і зміст редакційно-видавничого процесу
3. Охарактеризувати кожен із стадій редакційно-видавничого процесу
4. Окреслити вимоги до здійснення редакційно-видавничого процесу

Практичне заняття 5, 6, 7 Робота з авторським і видавничим

Оригіналами – 6 год.

1. Авторський оригінал як документ, призначений для опрацювання у видавництві з метою подальшого видання. Вимоги до авторського оригіналу
2. Документація, що супроводжує оригінал.
3. Опрацювання авторського оригіналу. Суть. Мета. Завдання

4. Пояснити і проілюструвати прикладами з умовного авторського оригіналу суть композиційної, логічної, фактичної та мовностилістичної складової текстів різного функціонального призначення та читацької адреси

5. Моделювання ефективного графічного образу майбутнього видання майбутнього

6. Суть роботи видавництва з видавничим оригіналом. Мета. Завдання.

5. Робота з умовним видавничим оригіналом

6. Коректура. Суть. Завдання

Практичне завдання 8 і 9. Маркетингові комунікації як невід’ємна складова сучасних видавничих процесів – 3 год

1. Зміст, цілі та засоби комунікаційної діяльності видавничих підприємств

2. Планування і реалізація програми розповсюдження видавничої продукції

3. Інтегровані засоби маркетингових комунікацій у сучасних видавничих процесах

6. САМОСТІЙНА РОБОТА – 69 год

Програмою передбачене самостійне опрацювання деяких ключових тем курсу та виконання творчих завдань:

Тема 1. Підготовка до семінарського заняття . Студенти опрацьовують літературу з поставлених проблем та самостійно вивчають питання, яке стосується законодавчих документів у галузі видавничої справи (6 год.)

Тема 2. На основі інформаційних та бібліографічних документів Книжкової палати України досліджують, які видавництва працюють на книжковому ринку, літературу якої тематики вони випускають. (8 год.)

Тема 3. Студенти вивчають видавничу діяльність Книжкової палати України як державної наукової установи у сфері видавничої справи та інформаційної діяльності. Студенти знайомляться з бібліографічними показниками та інформаційними виданнями, які вона видає. Розглядають її діяльність як Державного архіву друку України. (10).

Тема.4 Студенти з’ясовують, які книготорговельні підприємства працюють у Львові, література для якої категорії покупців у них представлена, якої

тематики, книг яких видавництв є найбільше . За матеріалами дослідження готують конспект. Питання обговорюється на практичному занятті (9 год.)

Тема 5. Моделювання виробничої ситуації щодо редакційно-видавничого процесу умовного видавництва. Студенти працюють з умовним авторським оригіналом. (Виданням). Аналізують його тематику, доводять доцільність чи недоцільність видання, дають оцінку його фактичному матеріалу, композиційній структурі, характеризують мову та стиль (10 год).

Тема 6. Економічні проблеми сучасної видавничої справи. Студенти самостійно добирають літературу. Питання обговорюється на практичному занятті (10 год.)

Тема7. Роль і місце бібліотек у рекламуванні і видавничої продукції . Студенти досліджують проблему на основі навчальних видань, публікацій у періодичних фахових виданнях та власних досліджень рекламної діяльності бібліотеки. Питання обговорюється на практичному занятті (6 год.).

Тема 8. Студенти готують буклет виставки книжкової продукції свого видавництва. (10 год.)

7. Методи навчання: лекції із застосування мультимедійного проектора, розв'язування творчих завдань, самостійне опрацювання рекомендованої навчальної та наукової літератури, фахової періодики, ознайомлення та аналіз якості навчальних та довідкових видань, представлених на книжковому ринку сучасної України.

6. Форма підсумкового контролю успішності навчання залік

8. Засоби діагностики успішності навчання Контроль успішності студентів здійснюється через проведення поточних та підсумкових контролів.. Контроль здійснюється шляхом опитування під час проведення семінарських і практичних занять; виконання письмових завдань, в тому числі і домашніх, контрольних робіт та тестових завдань.

9. Рекомендована література

Базова

1.Афонін О. Рекомендації з удосконалення українського книговидання [Текст] / О. Афонін, Н. Петрова // Вісник Книжкової палати. – 2011. – Вип. 1. – С. 1–3

2. Афонін О. В., Сенченко М. І. Українська книга в контексті світового книговидання. – К.: Кн. Палата України, 2009. – 277.
3. Видавнича справа та поліграфічна діяльність в Україні [Текст] : статист. довідник / уклад. : Б. В. Дурняк, В. І. Воробйов, А. М. Штангрет, О. В. Мельников, О. М. Петрашова, Ю. В. Швець ; рец. : З. В. Григорова, Я. В. Котляревський. — К. : ВАТ «Укр. НДІ спец. видів друку», 2008. — 120 с.
4. Зелінська Н. В. Наукове книговидання в Україні: історія та сучасний стан. – Львів: Світ, 2002. – 268 с.
5. Зелінська Н. В. Місце видавничої справи в системі соціальних комунікацій // Держава та регіони. – Сер.: Гуманітарні науки. – Запоріжжя, 2008. – № 4. – С. 82–87
6. Зими́на Л. В. Современные издательские стратегии: От традиционного книгоиздания до сетевых технологий культурной памяти. – М.: Наука, 2004. – 274 с.
7. Энциклопедия книжного дела. – М.: Юристъ, 1998. – С.106 (про безпрограшні видання).
8. Книжковий бізнес. Практика книговидання і книжкової торгівлі. [Текст] / Грем Гордон / Пер. з англ - М. : РОСКОНСУЛЬТ, 1999. - С. 68-69
9. Ленский Б. В. Современное отечественное и зарубежное издательское дело: Конспект лекций. – М., 2002. – Режим доступу: <http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook091/01/eabout.htm> (дата звернення: 01.02.12). –
10. Мильчин А. Э., Культура издания. – М.: Олма-Пресс, 2003.
11. Огар Е. І. Українсько-російський та російсько-український словник-довідник з видавничої справи. – Львів: Палітра друку, 2002.
12. Редакторская подготовка изданий: Учебник / Под ред. С. Г. Антоновой. – М.: Логос, 2004. – 496 с.
13. Романюк М. Загальна і спеціальна бібліографія: Навч. пос. – Львів, 2002. 29.
14. Теремко В.І. Видавничий маркетинг[Текст] : практ. посіб. /В.Теремко. - Київ: Академія, 2009. -271 с.
15. Тимошик М. Видавничий бізнес: Погляд журналіста, видавця, вченого. – К.: Наша культура і наука, 2005.

16. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця [Текст] : практ. посіб. / М. Тимошик. - Київ: Наша культура і наука, 2006. - 560 с.
17. Ткаченко В. П. Енциклопедія видавничої справи [Текст] : навч. посіб. / В. П. Ткаченко, І. Б. Чеботарьова, П. О. Киричок, З. В. Григорова. — Х. : Прапор, 2008. — 320 с.
19. Шиффрин А. Легко ли быть издателем: Как транснациональные концерны завладели книжным рынком и отучили нас читать/ Пер. с англ. С. Силаковой. — М.: Новое литературное обозрение, 2002. — 224 с.
20. Швецова-Водка Г. М. Документ і книга в системі комунікацій / Рівнен. держ. гуманітар. ун-т. – Рівне, 2001. – 438 с.

Допоміжна

21. Видання. Основні види: Терміни та визначення: ДСТУ 3017–95. – К.: Держстандарт України, 1995. – 48 с.
22. *Дэвис Дж.* Отбор и оценка рукописей. – М.: Изд. дом «Университетская книга», 2008. – 227 с.
23. *Зелінська Н. В.* Наукове книговидання України у дзеркалі ринкових реалій // Книга і преса у контексті соціокультурного розвитку українського суспільства. – Вип. 3. – Львів: Українська академія друкарства, 2009. – С. 21–31.
24. Кушнарєнко Н.М. Методичні засади книгознавчих, бібліотекознавчих і бібліографічних досліджень / Н.М. Кушнарєнко // Вісн. ХДАК. – Х., 2004. – Вип. 15. – С. 84-95.
25. Кушнарєнко Н.Н. Научные школы книговедческого и библиотечно-информационного профиля: признаки идентификации / Н.Н. Кушнарєнко, А.А. Соляник // Науч. и техн. б-ки. – 2011. – № 12. – С. 45–54.
26. *Мірчук І.* Історія української культури // *Петров В., Чижевський Д., Глобенко М.* Українська література; *Мірчук І.* Історія української культури. – Мюнхен; Львів: УВУ, 1994. – Сер.: Підручники. – Т. 14/15. – С. 243–374. (Розділ “Досягнення українського народу в царині науки”. – С. 305–315).

27. *Моцяк О. М.* Роль редактора й автора у «самопросуванні» наукової книги (підготовчий та редакційно-видавничий етапи) // Поліграфія і видавнича справа. – Львів, 2008. – Вип. 1 (47). – С. 43
28. *Новальська Т.* Український читач у бібліотекознавчих дослідженнях (кінець ХІХ – початок ХХІ ст.): монографія / Т. Новальська, КНУКіМ.– К.,2005.– 250 с.
29. *Нетийвода Н.Ф.* Мова української науково-технічної літератури (функціонально-стилістичний аспект). – К.: ТОВ “Міжнар. фін. агенція”, 1997. – 303 с.
30. *Різун В. В.* Теорія масової комунікації. – К.: ВЦ «Просвіта», 2008. –260 с.
31. *Яцків Я. С., Вакаренко О. Г.* Характерні риси сучасного книговидання Національної академії наук України // Поліграфія і видавнича справа. – Львів, 2008. – Вип. 1 (47). – С. 6–8.