

Київський університет імені Бориса Грінченка

Інститут журналістики

Кафедра видавничої справи

ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ з дисципліни «Видавничий бізнес»

Курс III, освітній рівень перший (бакалаврський)

Спеціальність (спеціалізація): спеціальності 061 Журналістика освітньої програми «Видавнича справа та редагування»

Форма проведення: тестування (передбачається 80 питань).

Тривалість проведення: 2 академічні години

Максимальна кількість балів: 40 балів (0,5 бал за одне питання), а саме:

36-40 балів – відмінно

31-35 балів – дуже добре

26-30 балів – добре

21-25 балів – задовільно

16-20 балів – достатньо

11-15 балів – незадовільно з можливістю повторного складання

1-10 балів – незадовільно з обов'язковим повторним вивченням курсу

Критерії оцінювання:

Студентам пропонується виконати тестові завдання різних типів (80 завдань - 0.5 бал за одне питання).

Орієнтовний перелік питань:

1. Поняття «Видавництво» та «Видавничий бізнес».
2. Види видавництв.
3. Видавничі посади.
4. Видавництво як масовий чинник впливу на читача.
5. Підприємницька мета.
6. Структура системи видавничого бізнесу.
7. Види суб'єктів видавничого бізнесу, їхня характеристика, взаємодія.
8. Поняття «Видавниче середовище».
9. Категорії об'єктів видавничого бізнесу, їхня характеристика.
10. Видавнича діяльність.
11. Ознаки видавництва як соціально-економічної організації.
12. Чинники внутрішнього середовища (філософія, місія, цілі, організаційна структура, технології, персонал).
13. Чинники зовнішнього середовища (природні, політичні, економічні, соціокультурні, демографічні, науково-технічні умови).

14. Загальна потреба ринку в папері. Індокси вартості паперу для друкування.
15. Загальна інформація по вітчизняному ринку друкарських видів паперу.
16. Статистика з виробництва друкарських видів паперу по вітчизняних підприємствах.
17. Видавничий бізнес в Україні.
18. Проблеми розвитку та конкурентоспроможності.
19. Статистичні дані Книжкової палати України. Проблемні питання.
20. Перспективи розвитку.
21. Види та структура бізнес-плану.
22. Резюме бізнес-плану. Представлення видавництва.
23. Визначення основних характеристик ринку, переваг та недоліків видань-конкурентів, аналіз сильних та слабких сторін (SWOT-аналіз). Сегментування ринку.
24. Організація збуту продукції в умовах конкуренції.
25. Види авторських договорів.
26. Договірна база у комунікації з друкарнями.
27. Спростування презумпції вини при порушенні авторського права.
28. Базова інформація, яка необхідна для реєстрації видавництва.
29. Основні етапи реєстрації видавництва.
30. Документальна база для реєстрації видавництва.
31. Особливості податкового навантаження видавничого бізнесу. Особливості сучасних бізнес-проектів у видавничій сфері. Цільова аудиторія проектів.
- Характеристика проектної діяльності. Види та формати проектів.
32. Сутність поняття «Ділова репутація».
33. Основні складові поняття.
34. Значення позитивної ділової репутації.
35. Важливі складові ділової репутації суб'єктів видавничого бізнесу.
36. Визначення та специфічні риси видавничої продукції, багатовимірність книги як видавничого продукту.
37. Зміст, види, принципи соціальної відповідальності бізнесу.
38. Варіанти реалізації поняття соціальної відповідальності у видавничому бізнесі.
39. Практичні кейси в Україні та за кордоном.
40. Школи теоретиків переговорного процесу.
41. Світові практичні кейси.
42. Особливості переговорного процесу при купівлі-продажу майнових авторських прав на видання.
43. Цікаві поради провідних фахівців, приклади успішних та невдалих кейсів.

Екзаменатор

канд. іст. наук О.А.Осмоловська

Завідувач кафедри

канд. наук із соц. комун. Л. Г. Масімова