



LABORE ET ZELO

ВД «Літературний менеджмент і книжковий маркетинг»

Обсяг: 4 кредити

Семестр: VII, Рік: 2024-2025

Дні, Час, Місце: згідно з розкладом

Інформація про викладача

Ім'я	Подолька Надія Степанівна
Контакти	E-mail: nadechdasum@gmail.com , тел.: 097 8548586
Робоче місце	Кафедра літератури, методики її навчання, історії культури та журналістики (ауд. 217 Гоголівського корпусу)
Години консультацій	Понеділок: 13:30 – 14:50

Опис курсу

Дисципліна «Літературний менеджмент і книжковий маркетинг» спирається на курси «Історія української літератури та літературної критики», «Видавничий бізнес», «Сучасна українська література», «Основи видавничої справи та редагування» та використовує поняття літературознавства, менеджменту, маркетингу, філософії тощо.

Курс «Літературний менеджмент та книжковий маркетинг» зорієнтований на широке коло здобувачів вищої освіти, зацікавлених культурним і літературним менеджментом. Предмет дає базове уявлення про культурний та літературний менеджмент, книжковий маркетинг, формує практичні навички літературного менеджера, літературного агента, букскаута.

Дисципліна комплексно інформує слухачів про актуальні концепції промоції і комунікації, піар-техніки щодо бренду автора, подає особливості співпраці з сучасними письменниками, видавництвами, перекладачами, літературними критиками, читачами та ЗМІ.

Під час практичних занять, індивідуальної навчально-дослідницької та самостійної роботи студенти набувають професійно спрямовані уміння та навички.

У здобувачів вищої освіти розвиватимуться, зокрема, уміння:

- Орієнтуватися в успішних літературних проєктах;
- генерувати ідеї, моделювати, вивчати кейси культурних та соціальних ініціатив;
- презентувати успішні літературні проєкти;
- досліджувати топос сучасної бібліотеки;
- досліджувати сучасні книжкові виставки та книжкові ярмарки, фестивалі; резиденції;
- досліджувати літературні інтернет-портали;
- аналізувати сучасні літературні премії;
- розробляти концепції власних літературних проєктів (бук-трейлер, пресреліз, розробка піар-стратегії та бренду автора, план співпраці з сучасним письменником, видавництвами, перекладачами, літературним критиком, ЗМІ, план організації літературного івенту);

Студент повинен володіти:

- здатністю критично мислити,
- самостійно аналізувати джерела,
- здатністю розвивати практичні вміння та навички користування електронними ресурсами та програмами.

Мета навчання

Метою курсу «Літературний менеджмент і книжковий маркетинг» є окреслити теоретико-методологічні основи літературного менеджменту та книжкового маркетингу, сформувати у студентів практичні вміння та навички, розвинути їхню креативність.

Основні завдання навчальної дисципліни:

- забезпечити знаннями про літературний менеджмент та книжковий маркетинг; професії культурного та літературного менеджера, букскаута, літературного агента;
- навчитися генерувати ідеї, моделювати, вивчати кейси культурних та соціальних ініціатив;
- навчитися досліджувати цільову аудиторію та ринок, маркетингу 4P: Product, Price, Promotion, Place, копірайтингу для digital-маркетингу та презентувати успішні літературні проєкти;
- сформувати бачення перспектив літературного менеджменту в Україні.

Курс розвиває комплексне бачення галузі в контексті новітніх змін, продиктованих, насамперед, науково-технічним прогресом.

Під час вивчення дисципліни передбачається набуття наступних компетентностей:

- Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
- Здатність формувати вміння та навички розробки концепцій власних літературних проєктів.
- Здатність до використання сучасних інформаційних технологій.
- Здатність бути відповідальним за належний аналіз та інтерпретацію отриманої інформації.

Дисципліна вивчається у сьомому семестрі. Передбачається, що здобувачі володіють основами цифрової грамотності. Загальний і універсальний характер даної дисципліни передбачає використання здобутих під час її вивчення знань і навичок під час вивчення інших дисциплін освітньої програми.

Форми і методи навчання

Курс буде викладений у формі лекцій (20 год.) та практичних занять (20 год.), організації самостійної роботи (80 год.). Навчальний процес підтримується на сторінці курсу в навчальному середовищі університету «УНІКОМ». Це включає також подання і оцінювання завдань.

Під час як аудиторної, так і самостійної роботи забезпечується і заохочується колективна робота.

Орієнтовний розподіл навчального навантаження за темами

Обсяг (год.)	Тема

10	Поняття культурного та літературного менеджменту. Постать культурного та літературного менеджера. Хто такий букскаут? Специфіка роботи літературних агентів.
10	Генерування ідей, моделювання, вивчення кейсів культурних та соціальних ініціатив. Важливість проєктного підходу. Розробка концепції літературного проєкту. Успішні літературні проєкти.
10	Поняття книжкового маркетингу. Вивчення цільової аудиторії та ринку. Книга як продукт.
10	Маркетинг-мікс 4P: Product, Price, Promotion, Place.
10	Копірайтинг для digital-маркетингу. Пресрелізи.
10	Пошук каналів збуту. Маркетингові інструменти
10	Піар-техніки та бренд автора. Колаборації письменника з іншими авторами та митцями.
10	Співпраця з сучасними письменниками. /Співпраця з видавництвами.
10	Співпраця з перекладачами. Співпраця з літературними критиками і рецензентами.
10	Співпраця з читачами. Зв'язки з громадськістю: співпраця із ЗМІ та інфлюенсерами.
10	Організація літературних івентів. Книжкові виставки та книжкові ярмарки. Літературні Інтернет-портали.
10	Топос сучасної бібліотеки. Літературні резиденції. Літературні фестивалі. Літературні премії. Перспективи літературного менеджменту в Україні.

Оцінювання

Підсумкова оцінка студента буде обчислюватися за накопичувальною шкалою з використанням таких складових:

Бали	Результат навчання, що оцінюється
82	Робота на аудиторних заняттях. Підготовка повідомлень, виступ на практичному занятті
8	Виконання завдань підвищеної складності (захист проєкту)
10	Модульний контроль (тестування)
100	Разом

Політика курсу

Відвідування та / або участь є важливим компонентом вашого курсу. Проте всю необхідну навчальну діяльність, включно з виконанням і поданням для оцінювання завдань, можна організувати у дистанційному режимі на сторінці курсу в середовищі УНІКОМ.

Дедлайни. Для подачі мікро-проєктів на оцінювання встановлені крайні терміни подання. Студенти, які порушили термін подання, проходять примусову перевірку щодо самостійності виконаної роботи.

Перескладання компонентів підсумкового оцінювання здійснюється згідно з діючим Положенням про організацію освітнього процесу в університеті.

Академічна доброчесність. Всю заплановану роботу студенти виконують самостійно. У разі виявлення несамотійного виконання завдання результат анулюється.