

Силабус з навчальної дисципліни «Видавничі стартапи»

Кафедра-розробник силабуса: кафедра журналістики

Загальна інформація про навчальну дисципліну:

назва «Видавничі стартапи»,

форма навчання... (денна/заочна)

семестр X,

кредитів 3 (90 год.),

лекцій – 16 год.: практичних 14 год., індивідуальна робота – 2 год, самостійна робота 58 год.

П.І.П. лектора: Шутяк Лілія Мар'янівна

П.І.П. викладача, який веде практичні/лабораторні/семінарські заняття: Шутяк Лілія Мар'янівна

Короткий опис навчальної дисципліни:

Мета: Освоєння студентом комплексу теоретичних знань із функціонування видавничих стартапів і набуття практичних навичок з їх створення (від розроблення концепції до її реалізації).

Завдання: зрозуміти особливості створення на популяризації видавничих стартапів в Україні та за кордоном.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент має набути таких **компетентностей**:

Знати: найцікавіші зразки та етапи розвитку видавничих стартапів в Україні та світі, а також причини успіхів/невдач, які супроводжують еволюцію певного проекту.

Вміти: створювати власний видавничий стартап – від виникнення ідеї до її втілення.

Перелік мінімуму знань, умінь, навичок, необхідних для подальшої практичної діяльності, що повинні отримати студенти в результаті вивчення дисципліни «Видавничі стартапи»:

- основні вимоги до створення видавничих стартапів та особливості їх підготовки;
- фінансові та психологічні ризики, пов'язані зі заснуванням власних проектів;
- засоби промоції видавничого стартапу;
- приклади успішних українських та світових видавничих стартапів.

Структура початкової дисципліни (теми занять)

| Тиждень | Назва теми | к-ть год. | Теми СРС |
|---------|---|-----------|--|
| 1 | Лекція 1: Як розпочати стартап: ідея, продукт, команда, реалізація | 2 | Опрацювати ключові елементи будь-якого стартапу. |
| 2 | Практичне заняття: Видавничі стартапи в Україні | 2 | Назвіть і коротко охарактеризуйте приклади успішних видавничих стартапів в Україні (у форматі презентації) |
| 3 | Лекція 2: Передумови та основні фактори появи стартапів. | 2 | Охарактеризуйте приклад успішного видавничого стартапу в країнах Європи чи/ та Америки. |
| 4 | Практичне заняття: Основні способи перетворення літератури на бізнес та їхня характеристика. | 2 | Видавничий бізнес як інтелектуальна сфера діяльності. З чого почати роботу видавництва? |
| 5 | Лекція 3: Видавничі стартапи в Інтернеті | 2 | Проаналізувати сайт Читомо як приклад видавничого стартапу |

| | | | |
|----|--|---|---|
| 6 | Практичне заняття: Огляд сучасних інстаблогерів та буктьюберів | 2 | Компаративний аналіз одного українського та іноземного буктьюбера з метою виявлення особливостей роботи та використаних інноваційних технологій |
| 7 | Лекція 4: Корпоративна культура та робоча команда як важливі складові існування стартапу. | 2 | Дослідження корпоративної культури та роботи команди видавничого проекту на конкретному прикладі (на вибір студента) |
| 8 | Практичне заняття: Краудфандинг як інноваційна бізнес-модель у видавничій галузі | 2 | Проаналізувати приклади видавничих проектів за рахунок краудфандингу (Komubook). |
| 9 | Лекція 5: Бізнес-стратегія та теорія монополії | 2 | Підготовка власної бізнес-стратегії видавничого проекту (загальні положення) |
| 10 | Практичне заняття: Психологічні чинники та роль конкуренції у розвитку стартапів | 2 | Дослідження ринку конкурентів |
| 11 | Лекція 6: Створення корпоративного програмного забезпечення | 2 | Вивчення інтернет-ринку України у книговидавничій сфері |
| 12 | Практичне заняття: Книжкові інтернет-магазини як приклади стартапів | 2 | YaKaBoo як один із найбільших інтернет-магазинів в Україні (практичне дослідження) |
| 13 | Лекція 7: Засоби промоції видавничого стартапу | 2 | Характеристика основних рекламних прийомів, спрямованих на популяризацію стартапу |
| 14 | Практичне заняття: Підготувати інформаційну кампанію видавничого стартапу | 2 | Приклади успішних інформаційних кампаній в Україні та за кордоном |
| 15 | Лекція 8: Моніторинг успішності запуску видавничого стартапу на ринку | 2 | Запропонувати і коротко обґрунтувати вибір засобів моніторингу успішності проекту |

Рекомендована література:

Основна

1. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця, видавця. – К.: Наша культура і наука, 2005. – 240 с.
2. Енциклопедія видавничої справи. – Харків: Прапор, 2008. – 320 с.
3. «Дурна кров»: як заробити мільярди на стартапі, який не працює // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.chytomo.com/durna-krov-iaak-zarobyty-miliardy-na-startapi-iakyj-ne-pratsiuie/>
4. Стартапи, огляди і статті, як купити або продати startup [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://startup-ru.ru/startup/link/otsenka-startapa-kakim-obrazom-i-dlya-tchego>
5. Корнух О. В. Стартап як прогресивна форма інноваційного підприємництва / О. В. Корнух, Л. В. Маханько // Інвестиції : практика та досвід. – 2014. – № 23. – С. 26–30.

Додаткова

1. Мильчин А. Э. Культура издания, или Как не надо и как надо делать книги. – М.: Логос, 2002. – 240 с.
2. Івашова Н. В. Формування бренд-орієнтованої системи управління промисловим підприємством / Н. В. Івашова // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2012. - № 4. – С. 280–288.
3. Які українські стартапи виживуть 2017 року// [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://news.finance.ua/ua/news/-/392975/yaki-ukrayinski-startapy-vyzhyvut-2018.roku>
4. Стартапи, які починають без чітких цілей, заробляють більше [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://news.finance.ua/ua/news/-/411243/startapy-yaki-pochynayut-bez-chitkyh-tsilej-zaroblyayut-bilshe>.
5. Mullins J. The Customer-Funded Business: Start, Finance, or Grow Your Company with Your Customers' Cash / Mullins J. – New Jersey: Wiley, 2014. – 304 с.
6. От идеи к реализации: 12 этапов проектирования стартапа [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://kontur.ru/articles/1493>.
7. Пікуль В. С. Що таке стартап? [Електронний ресурс] / В.С. Пікуль. – Режим доступу : <http://3222.ua/article/scho-ta-ke-startap.htm>.
8. Рис Э. Бизнес с нуля : метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели / Э. Рис; [пер. с англ. А. Стативка]. – М. : Альпина Паблицер, 2012. – 253 с.

Форма контролю та оцінювання результатів навчання: Формами поточного контролю є усна чи письмова (тестування, есе, реферат, творча робота, лабораторна робота) відповідь студента та ін. Формами підсумкового контролю є залік, екзамен, комплексний іспит).

Засоби оцінювання:

- контрольні роботи;
- проекти (індивідуальні та командні проекти);
- реферати;
- есе;
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- студентські презентації та виступи на наукових заходах;
- інші види індивідуальних та групових завдань.

Розподіл балів, які отримують студенти:

| Поточне тестування та самостійна робота | | | | | | | | Підсумковий тест (залік) | Сума |
|---|----|----|----|--------------------|----|----|----|--------------------------|------|
| Змістовий модуль 1 | | | | Змістовий модуль 2 | | | | 40 | 100 |
| T1 | T2 | T3 | T4 | T5 | T6 | T7 | T8 | | |
| 10 | 10 | 5 | 5 | 10 | 10 | 5 | 5 | | |