

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

(повне найменування закладу вищої освіти)

філологічний

(назва інституту/факультету)

Кафедра **журналістики**

(назва кафедри)

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

Видавничі стартапи

(вказати назву навчальної дисципліни (іноземною, якщо дисципліна викладається іноземною мовою))

вбіркова

(вказати: обов'язкова)

Освітньо-професійна програма **«Видавнича справа та медіаредагування»**

(назва програми)

Спеціальність **061 Журналістика**

(вказати: код, назва)

Галузь знань **06 Журналістика**

(вказати: шифр, назва)

Рівень вищої освіти **перший (бакалаврський)**

(вказати: перший (бакалаврський)/другий (магістерський)/третій (освітньо-науковий))

філологічний факультет

(назва факультету/інституту, на якому здійснюється підготовка фахівців за вказаною освітньо-професійною програмою)

Мова навчання **українська**

(вказати: на яких мовах читається дисципліна)

Розробники: **к.н.с.к., доц. Шутяк Л.М.**

(вказати авторів (викладач (ів)), їхні посади, наукові ступені, вчені звання)

Профайл викладача <https://www.journalistic.space/liliia-shutiak/>

Контактний тел. **(0372) 58-47-02**

E-mail: **l.shutiak@chnu.edu.ua**

Сторінка курсу в Moodle -
Консультації

Очні консультації: щотижневі

Онлайн-консультації: google.meet

1. Анотація дисципліни (призначення навчальної дисципліни).

Курс «Видавничі стартапи» спрямований на освоєння студентом комплексу теоретичних знань із функціонування видавничих стартапів і набуття практичних навичок з їх створення (від розроблення концепції до її реалізації).

2. Мета навчальної дисципліни:

Дисципліна зорієнтована на те, щоб збагатити та розширити уявлення студентів про сучасні засоби створення стартапів, формування нового бренду на книговидавничому ринку, а також привернути увагу до книжкової продукції в Україні та світі.

3. Пререквізити. Вказуються дисципліни чи сертифіковані курси, які здобувач вищої освіти має вивчити до початку або разом із цією дисципліною, що підвищує ефективність засвоєння курсу.

Реклама та SMM

Промоція у видавничій справі

4. Результати навчання

знати:

- програми для створення видавничого стартапу та оцінку його потенціалу;
- структуру стартапу та етапи його формування;
- стратегії позиціонування та розвитку стартапу;
- принципи та показники оцінки ефективності видавничого стартапу;
- основні засоби маркетингових комунікацій в сфері стартапів;
- найцікавіші зразки та етапи розвитку видавничих стартапів в Україні та світі
- причини успіхів/невдач, які супроводжують еволюцію певного проєкту.

вміти:

- приймати раціональні рішення в галузі управління видавничим стартапом, враховуючи національні особливості та використовуючи світовий досвід;
- формувати систему бренд-орієнтованих інтегрованих маркетингових комунікацій;
- застосовувати на практиці методи дослідження стартапів з української та іноземної практики;
- підтримувати життєздатність та розвиток видавничого стартапу;
- аналізувати поведінку споживачів та формування попиту на певний стартап.

ЗК1. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності й досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій.

ЗК6. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ФК4. Здатність використовувати вітчизняний і світовий досвід у галузі соціальних комунікацій.

ФК 14. Здатність створювати й редагувати різні види видань.

ПРН14. Використовувати знання з історії та теорії видавничої справи, журналістики при створенні видавничого продукту.

ПРН18. Використовувати професійно-профільні знання для організації та забезпечення функціонального процесу в сучасних видавництвах.

5. Опис навчальної дисципліни

5.1. Загальна інформація

Форма навчання	Рік підготовки	Семестр	Кількість		Кількість годин						Вид підсумкового контролю
			кредитів	годин	лекції	практичні	семінарські	лабораторні	самостійна робота	індивідуальні завдання	
Денна	IV	VIII	4,5	135	22	22			87	4	іспит

5.2. Дидактична карта навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин												
	денна форма						Заочна форма						
	Усього	у тому числі					усього	у тому числі					
		л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
Змістовий модуль 1. Видавничий стартап як бізнес- проєкт													
Тема 1. Як розпочати стартап: ідея, продукт, команда, реалізація	7	1	1			5							
Тема 2. Передумови та основні фактори появи стартапів.	7	1	1			5							
Тема 3. Функції, види та стратегії стартапів у видавничій сфері	7	1	1			5							
Тема 4. Методики оцінки економічної ефективності бренду стартапу	7	1	1			5							
Тема 5. Основні способи перетворення літератури на	8	1	1			6							

бізнес та їхня характеристика.												
Тема 6. Архітектура видавничого стартапу	8	1	1			6						
Тема 7. Правові засади та атрибути видавничого стартапу	8	1	1			6						
Тема 8. Фірмовий стиль як складова брендингу видавничого стартапу	8	1	1			6						
Разом за змістовим модулем 1	60	8	8			44						
Змістовий модуль 2. Технології та інструменти сучасного стартапу												
Тема 9. Методика розробки видавничого стартапу	10	2	2			6						
Тема 10. Видавничі стартапи в інтернеті	10	2	2			6						
Тема 11. Корпоративна культура та робоча команда як важливі складові існування стартапу	10	2	2			6						
Тема 12. Краудфандинг як інноваційна бізнес-модель у видавничій галузі	10	2	2			6						

Тема 13. Аналіз ефективності стартапу	10	2	2			6						
Тема 14. Бізнес-стратегія та теорія монополії	12	2	2		2	6						
Тема 15. Засоби промоції видавничого стартапу	13	2	2		2	7						
Разом за змістовим модулем 2	75	14	14		4	43						
Усього годин	135	22	22		4	87						

5.3. Зміст завдань для самостійної роботи

№	Назва теми
1.	Книжкові інтернет-магазини як приклади стартапів
2.	Моніторинг успішності запуску видавничого стартапу на ринку
3.	Характеристика основних рекламних прийомів, спрямованих на популяризацію стартапу
4.	Підготовка власної бізнес-стратегії видавничого проекту (загальні положення)
5.	Охарактеризуйте приклад успішного видавничого стартапу в країнах Європи чи/ та Америки

* ІНДЗ – для змістового модуля, або в цілому для навчальної дисципліни за рішенням кафедри (викладача).

6. Система контролю та оцінювання

Види та форми контролю, методи навчання

МН1 – словесні методи (лекція, співбесіда, консультація, дискусія тощо).

МН2 – практичні заняття.

МН6 – наочні методи (презентації, ілюстрації, відеоматеріали тощо).

МН7 – робота з книгою, з навчально-методичною, науковою, нормативною літературою.

МН9 – самостійна робота над індивідуальним завданням або за програмою навчальної дисципліни.

Методи оцінювання

МО2 – тести, опитування, контрольні, самостійні роботи за індивідуальними завданнями.

МО4 – звіти, реферати, статті.

МО6 – презентації результатів виконання завдань.

МО8 – іспит.

Критерії оцінювання результатів навчання з навчальної дисципліни

Критерієм успішного проходження здобувачем освіти підсумкового оцінювання є досягнення ним мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним запланованим результатом навчання навчальної дисципліни.

Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне оцінювання (аудиторна та самостійна робота)															Кількість балів (екзамен)	Сумарна к-ть балів
Змістовий модуль 1								Змістовий модуль 2								
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	T13	T14	T15		
3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	40	100

5. Рекомендована література – основна

1. «Дурна кров»: як заробити мільярди на стартапі, який не працює // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.chytomo.com/durna-krov-ia-k-zarobyty-miliardy-na-startapi-ia-kyj-ne-pratsiuie/>
2. Енциклопедія видавничої справи. – Харків: Прапор, 2008. – 320 с.
3. Івашова Н. В. Формування бренд-орієнтованої системи управління промисловим підприємством / Н. В. Івашова // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2012. - № 4. – С. 280–288.
4. Корнух О. В. Стартап як прогресивна форма інноваційного підприємництва / О. В. Корнух, Л. В. Маханько // Інвестиції : практика та досвід. – 2014. – № 23. – С. 26–30.
5. Мильчин А. Э. Культура издания, или Как не надо и как надо делать книги. – М.: Логос, 2002. – 240 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 Паблишер, 2012. – 253 с.
9. 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>
10. 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>
11. Теремко В. І. Видавничий маркетинг : навч. посібник. / В. І. Теремко. – К. : Академвидав, 2009. – 272 с.
12. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця, видавця. – К.: Наша культура і наука, 2005. – 240 с.
13. Які українські стартапи виживуть 2017 року// [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://news.finance.ua/ua/news/-/392975/yaki-ukrayinski-startapy-vyzyhyut-2018-roku>
14. 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. Інформаційні ресурси

1. Marketing Media Review: <https://mmr.ua>
2. Редакторський портал: <https://redactor.in.ua>