

Кафедра журналістики



«ЗАТВЕРДЖУЮ»

20__ р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ДИЗАЙН ВИДАННЯ

Спеціальність 061 Журналістика

Факультет філології

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Освітньо-професійна програма, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 9	Освітня програма «Журналістика»		
	Спеціальність 061 «Журналістика»		
Модулів – 2	Галузь знань 06 «Журналістика»	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 5		3-й	____-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання _____ (назва)		Семестр	
Загальна кількість годин – 270		V, VI-й	____-й
		Лекції	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2 самостійної роботи студента – 3	Освітній рівень: <u>бакалавр</u>	36 год.	__ год.
		Практичні, семінарські	
		54 год.	__ год.
		Лабораторні	
		__ год.	__ год.
		Самостійна робота	
		180 год.	__ год.
Індивідуальні завдання: ____ год.			
Вид контролю: <i>Залік</i>			

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:
для денної форми навчання – 1: 2.

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета:

«Дизайн видання» – навчальна дисципліна, зорієнтована на формування системи знань про специфіку застосування інструментів, принципів та методів створення дизайну друкованих видань у видавничій діяльності. Поняття дизайну, його утилітарна, естетична функції. Дизайн як модельоване оформлення періодичного видання, художнє конструювання, проектування та технічна естетика.

- «Дизайн видання» має спрямувати студентів на вивчення та набуття ними практичних навичок стосовно застосування принципів та технологій видавничого менеджменту в роботі підприємств видавничої галузі, що особливо актуально в умовах підвищення конкуренції на інформаційному ринку. Модель нового видання. Розробка тематичної структури газети, журналу, книжки. Сітьові графіки і каталог рубрик. Модульна сітка як основа структурування і художньо композиції майбутнього друкованого видання. Модернізація (оновлення) моделі газети, журналу, або окремих його складових.

Мета курсу – підготувати фахівця, котрий здобув теоретичні знання та набув практичних навичок і професійних компетентностей щодо особливостей створення сучасного дизайну обкладинки, книжкового блоку, суперобкладинки друкованого видання у видавничій справі.

Завдання навчальної дисципліни:

- охарактеризувати сутність і значення видавничого менеджменту;
- розкрити можливості застосування інструментів менеджменту діяльності видавничих, книготорговельних підприємств;
- надати студентам знання про основні принципи та методики застосування видавничого менеджменту;
- висвітлити особливості впровадження видавничого менеджменту в роботу підприємств книжкової галузі;
- ознайомити студентів з функціональними особливостями застосування менеджменту в різних підсистемах видавничої галузі;
- допомогти студентам набути навички аналізу конкретних виробничих ситуацій згідно з принципами видавничого менеджменту.

Дисципліна забезпечує набуття студентами **компетентностей** (відповідно до освітньо-професійної програми «Журналістика»).

Компетентності

ЗК 01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.

ЗК 02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної

діяльності.

ЗК 06. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК 07. Здатність працювати в команді.

ЗК 08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.

СК 02. Здатність формувати інформаційний контент.

СК 03. Здатність створювати медіапродукт.

Програмні результати навчання

ПР 02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.

ПР 04. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.

ПР 08. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань.

ПР 13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.

ПР 15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.

3. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МОДУЛЬ 1.

Змістовий модуль 1. Специфіка у видавничій галузі. Основи творення дизайну видання.

Тема 1.	Правове регулювання видавничої сфери. Вступ у сучасний менеджмент.
Тема 2.	Видавнича установа та її специфіка роботи.
Тема 3.	Внутрішнє та зовнішнє середовище в менеджменті. Організаційна культура та управління нею.

Змістовий модуль 2. Конструкція друкованих видань. Основні елементи газети, журналу, книжки.

Тема 4.	Книжковий блок і його компоненти.
Тема 5.	Основні групи комплектування книжкових блоків. Друкарські шрифти. Основні групи та їх характеристики.
Тема 6.	Книжкові оправи та обкладинки. Суперобкладинка.

Змістовий модуль 3. Мотивування як загальна функція у видавничій справі.

Тема 7.	Сутність і характеристика функції мотивування.
Тема 8.	Структура, форми і системи оплати праці.

МОДУЛЬ 2.

Змістовий модуль 4. Підрахунок обсягів видань.

Тема 9.	Вимоги до текстового та ілюстративного матеріалу майбутнього видання.
Тема 10.	Коректура видань.
Тема 11.	Система вимірів у поліграфії.

Змістовий модуль 5. Комунікації у видавничій справі.

Особливості складання і верстання елементів видання.

Тема 12.	Асоціації, форуми, книжкові фестивалі та ярмарки. Керівництво та лідерство. Характеристика комунікаційного процесу. Управління конфліктами і стресами.
Тема 13.	Видавнича специфікація.
Тема 14.	Технологічна специфікація для верстання книг і журналів, газет. Обов'язкові випускні дані видань.

4. СТРУКТУРА 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
Модуль 1												
Змістовий модуль 1.												
Тема 1. Правове регулювання видавничої сфери. Вступ у сучасний менеджмент.	14	2	2			10						

Тема 2. Видавнича установа та її специфіка роботи.	32	4	8			20							
Тема 3. Внутрішнє та зовнішнє середовище в менеджменті. Організаційна культура та управління нею.	28	4	6			20							
Разом за змістовим модулем 1	76	10	16			50							
Змістовий модуль 2.													
Тема 4. Книжковий блок і його компоненти.	26	2	4			20							
Тема 5. Основні групи комплектування книжкових блоків. Друкарські шрифти. Основні групи та їх характеристики.	26	2	4			20							
Тема 6. Книжкові оправи та обкладинки. Суперобкладинка.	14	2	4			10							
Разом за змістовим модулем 2	68	6	12			50							
ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 3													
Тема 7. Сутність і характеристика функції мотивування.	18	4	4			10							
Тема 8. Структура, форми і системи оплати праці.	18	4	4			10							

Разом за змістовим модулем 3	36	6	8			20						
Усього годин	180	24	36			120						
Модуль 2												
Тема 9. Вимоги до текстового та ілюстративного матеріалу майбутнього видання.	14	2	2			10						
Тема 10. Коректура видань.	16	2	4			10						
Тема 11. Система вимірів у поліграфії.	14	2	2			10						
Разом за змістовим модулем 4	44	6	8			30						
Тема 12. Асоціації, форуми, книжкові фестивалі та ярмарки. Керівництво та лідерство. Характеристика комунікаційного процесу. Управління конфліктами і стресами.	14	2	2			10						
Тема 13. Видавнича специфікація.	16	2	4			10						
Тема 14. Технологічна специфікація для верстання книг і журналів, газет. Випускні дані.	16	2	4			10						
Разом за змістовим модулем 5	46	6	10			30						
ІНДЗ			-	-		-			-	-	-	
Усього годин	90	12	18			60						

5. ТЕМИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАВДАНЬ (не передбачено планом)

6. ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАВДАНЬ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Сутність і значення менеджменту.	2
2	Історичні етапи розвитку науки про менеджмент.	2
3	Організація та процес менеджменту.	2
4	Українські та міжнародні закони, стандарти видавничої справи.	2
5	Державні органи управління видавничою діяльністю.	2
6	Сучасність книговидавничої галузі. Огляд книжкової справи в Україні та світі.	2
7	Комп'ютеризація видавничої справи. Поняття «медіа» у соціокультурному вимірі.	2
8	Класифікація видавництв та особливості їхньої діяльності. Проблема конкурентоспроможності сучасного видавництва.	2
9	Типологія видавничої продукції. Види видань. Мультимедійна продукція.	2
10	Підготовка видавничого портфелю. Ідеї та проекти у видавничій галузі.	4
11	Книга масова і «нішева», книга спеціальна і «скандальна», книга класу «люкс» і оригінальна.	2
12	Виготовлення видавничої продукції. Інтерв'ю працівників медіа. Створення студентського видавничого проєкту: «Поміж текстом: журналісти для журналістів».	6
13	Відповідальність та етика у видавничому менеджменті.	2
14	Психолого-педагогічні засади архівного менеджменту.	2
15.	Особливості зарубіжних систем видавничого менеджменту.	2
	Разом	36

7. ТЕМИ ЛАБОРАТОРНИХ ЗАВДАНЬ (не передбачено планом)

8. САМОСТІЙНА РОБОТА

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Сутність і значення менеджменту.	4
2	Нормативно-правові засади організації видавничої діяльності.	4

3	Видавництва України. Основні визначення видавничого менеджменту.	4
4	Стан і завдання розвитку видавничої справи України.	4
5	Асоціації видавців, книжкові форуми.	4
6	Світові лідери видавничої справи.	4
7	Моніторинг і потреба в аналізі життєвого циклу видань.	8
8	Стратегія та тактика в у сфері видавничої діяльності.	8
9	Вектори розвитку, мета й завдання сучасного видавництва.	4
10	Організація управління видавничою діяльністю.	4
11	Організація видавничо-виробничого процесу.	4
12	Конструктивні елементи книги. Кількісні показники книги. Аспекти якості книги. Структура книги.	8
13	Тріумвірат «автор-редактор-читач».	4
14	Взаємовідносини видавництв і авторів.	4
15	Мережа інтернет і майбутнє книги.	4
16	Глобалізація видавничої галузі.	4
17	Видавниче планування.	8
18	Правила та організація роботи у видавництві.	4
19	Кількісні примірники книжкової продукції.	4
20	Система каналів розповсюдження видавничої продукції.	4
21	Методи менеджменту.	4
22	Управлінські рішення.	4
23	Керівництво та лідерство. Моделі керівництва.	8
24	Вплив стилю керівництва на ефективність в архівному менеджменті.	4
25	Оцінка ефективності роботи видавництва як запорука належного видавничого менеджменту.	8
26	Врахування психолого-педагогічних чинників у видавничому менеджменті.	4
27	Запобігання конфліктів на роботі.	4
28	Інформація та комунікації у менеджменті.	4
29	Системи сайтів видавництв.	8
30	Культура електронного листування у видавничому менеджменті.	4
31	Організаційні зміни та ефективність менеджменту.	4
32	Фінансові ризики у видавничій справі.	4
33	Собівартість, ціна і прибуток видавництв.	8
34	Стан і завдання розвитку видавничої справи України.	4
35	Видавничо-поліграфічний комплекс, його місце в культурно-економічній системі країни.	8
36	Відповідальність та етика у менеджменті.	4
	Разом	180

9. ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ

Взяти інтерв'ю. (Матеріали скласти в папку).

10. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

I. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності:

1) **За джерелами знань:** використовуються такі методи навчання: словесні – розповідь, пояснення; наочні – презентація, ілюстрація; практичні – індивідуальні завдання, самостійна робота, практична робота.

2) **За характером логіки пізнання:** використовуються такі методи: аналітичний, синтетичний, аналітико-синтетичний, індуктивний, дедуктивний.

3) **За рівнем самостійної розумової діяльності:** використовуються методи: проблемний, частково-пошуковий, дослідницький.

4) **За ступенем керування навчальною діяльністю:** під керівництвом викладача; самостійна робота студентів: з книгою; виконання навчальних проєктів.

II. Методи стимулювання інтересу до навчання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності:

1) **Методи стимулювання інтересу до навчання:** навчальні дискусії; створення ситуації пізнавальної новизни; створення ситуацій зацікавленості (метод цікавих аналогій тощо).

Задіяно практикум, спрямований на вироблення навичок самостійної моральної орієнтації майбутніх журналістів у складних професійних ситуаціях.

11. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

1. **Методи усного контролю:** індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда, залік.

2. **Методи письмового контролю:** модульне письмове тестування; виконання творчих завдань, реферат.

3. **Методи самоконтролю:** уміння самостійно оцінювати свої знання, самоаналіз.

Зразок контрольної роботи:

Варіант 1

1. Охарактеризуйте сутність і значення терміну – видавнича діяльність.
2. Обґрунтуйте сутність терміну – менеджмент.

Варіант 2

1. Поясніть, що таке комунікації у менеджменті.
2. Обґрунтуйте, що таке випускні дані.

12. РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ СТУДЕНТИ

Поточне тестування та самостійна робота														Підсумкова робота (залік)	Сума
Модуль 1								Модуль 2							
Змістовий модуль 1			Змістовий модуль 2			Змістовий модуль 3		Змістовий модуль 1			Змістовий модуль 2				
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	T13	T14		
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	30	100

T1, T2 ... T14 – теми змістових модулів.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
80 – 89	B	добре	
70 – 79	C	задовільно	
60 – 69	D		
50 – 59	E		
26 – 49	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-25	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Модуль включає бали за поточну роботу студента на практичних заняттях, виконання самостійної роботи, індивідуальну роботу, модульну контрольну роботу.

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється з використанням роздрукованих завдань.

Реферативні дослідження, які виконує студент за визначеною тематикою, обговорюються та захищаються на практичних заняттях.

Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної навчально-дослідної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- ✓ своєчасність виконання навчальних завдань;
- ✓ повний обсяг їх виконання;
- ✓ якість виконання навчальних завдань;
- ✓ самостійність виконання;
- ✓ творчий підхід у виконанні завдань;
- ✓ ініціативність у навчальній діяльності.

ПИТАННЯ ДО МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЮ

1. Історичний поступ видавничої справи.
2. Тенденції розвитку сучасної видавничої справи.
3. Функціональна специфіка книги.
4. Стандартизація книжкової галузі.
5. Основні принципи діяльності видавництв.
6. Види видавництв, структурні особливості видавництв.
7. Сучасні видавничі професії.
8. Взаємини видавця з авторами.
9. Конфліктологія видавничої діяльності.
10. Уявлення про цільову аудиторію.
11. Цифрове інформаційне середовище і видавнича продукція у сучасності.
12. Огляд книговидання у світі.
13. Глобалізація та її впливи на видавничу справу.
14. Особливості редакційно-видавничого процесу.
15. Суб'єкти редакційно-видавничого процесу в умовах взаємодії.
16. Структурний принцип редакційно-видавничого процесу.
17. Методи організації редакційно-видавничого процесу.
18. Професія редактора у сучасності, вимоги до фаху.

19. Редакторський фах в інформаційному середовищі.
20. Програмні та проектні засади діяльності видавництва, видавничий портфель.
21. Система оцінювання якості авторського оригіналу.
22. Прогнозування у системі діяльності видавництва.
23. Тріумвірат «автор-редактор-читач» у контексті роботи над книгою.
24. Мейнстрим. Бестселлер. Нішева книга.
25. Підготовка мультимедійних видань.
26. Реклама у контексті розвитку новоствореного видавництва.
27. Дослідження цільової аудиторії у системі розвитку видавництва.
28. Традиційні та альтернативні механізми книгорозповсюдження.
29. Розрахунки витрат на підготовку видання.
30. Проблема конкурентоспроможності новоствореного видавництва.
31. Сучасний погляд на видавничий менеджмент.
32. Корпоративна культура у видавничому середовищі.
33. Поняття «стратегія» в контексті розвитку видавництва.
34. Кадрове забезпечення у системі видавничої діяльності.
35. Видавництво.
36. Сегментування видавничого ринку.
37. Товарна політика видавництва.
38. Редакційно-видавнича підготовка видання.
39. Видавнича продукція.
40. Реклама.
41. Мерчандайзінг.
42. Брендінг.
43. Бізнес-план.
44. Електронний продаж книг (інтернет-торгівля).
45. Маркетинговий комплекс видавництва.
46. Книжкові форуми, ярмарки.
47. Видавнича (торгова) марка.
48. Видавничий бренд.

Варіант 4

1. Охарактеризуйте сутність терміна – видавнича діяльність.
2. Обґрунтуйте сутність асоціацій та форумів книговидавців.

Варіант 5

1. Поясніть, що таке маркетингове дослідження.
2. Обґрунтуйте, що таке авторський знак.

13. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

1. lib/pu.if.ua;
2. конспекти лекцій;
3. навчальні посібники;
4. робоча навчальна програма;
5. контрольні завдання для тематичного оцінювання навчальних досягнень студентів;
6. засоби підсумкового контролю (комплект друкованих завдань для підсумкового контролю).

Опорні конспекти лекцій (<https://d-learn.pro>).

Робоча програма та силабус навчальної дисципліни (<https://kjourn.pnu.edu.ua/робочі-програми/>).

Тестові завдання (<https://d-learn.pro>).

14. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Рекомендована література

Базова

1. Виноградова О. В., Крижко О. В. Маркетинговий менеджмент. ч. 2. «Організація офісної діяльності». Навчальний посібник. – Київ : ДУТ, 2018. – 137 с.
2. Виноградова О. В., Литвинова О. В., Пілігрим К. І. Сутність інструментів гейміфікації в системі мотивації персоналу // Економіка. Менеджмент. Бізнес. – 2017. – № 4 (22). – С.19-25
3. Виноградова О. В., Євтушенко Н. О. Корпоративна культура як стратегічний інструмент в системі управління телекомунікаційними підприємствами. Економіка. Менеджмент. Бізнес. Збірник наукових праць. Київ : ДУТ, 2016. – № 4. – С. 23-30.
4. Виноградова О. В., Євтушенко Н. О. Групова динаміка і комунікації. Навчальний посібник. – Київ : ДУТ, 2018. – 223 с.
5. Виноградова О. В., Євтушенко Н. О., Крижко О. В. Діагностика проблем маркетингової взаємодії телекомунікаційних підприємств України на державному та галузевому рівнях. Науковий економічний журнал «ІНТЕЛЕКТ ХХІ», Київ, НУХТ, 2019. – №1. – С. 18–24.
6. Виноградова О. В., Кондрашов О. А. *Організація контролю процесу прийняття управлінських рішень на телекомунікаційному підприємстві*. Монографія – Київ : ТОВ «СІК ГРУП Україна», 2018. – 252 с.
7. Друкер П. Менеджмент. – М. : Вільямс, 2010. – 740 с.
8. Кузьмін О. Є. Менеджмент: графічна і таблицна візуалізація: навч.

посібник / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник, І. С. Процик та ін. – 4-те вид., випр. та допов. – Львів: Видавництво Львівської політехніки., 2018. – 208 с.

9. Партико З. В. Основи видавничої справи. : навч. посібник. – Львів. – ВФ «Афіша», 2014. – 304 с., табл., рис. 64., додатків 16.

Додаткова

10. Литвинова О. В., Пілігрим К. І. «Теоретичне підґрунтя формування системи мотивації персоналу на телекомунікаційних підприємствах» // Економіка. Менеджмент. Бізнес. – 2017. – №3 (21). – С. 109-114
11. Маркетинговий менеджмент видавничої продукції [Текст] : навчально-методичний посібник / Г. І. Глотова, Ж. М. Ковба, Г. А. Мохонько, В. В. Мартинів. – Л. : Українська академія друкарства, –2011. – 352 с.
12. Микитів О. Ю. Сучасний стан і системні засади функціонування видавничої справи України в умовах глобалізації та кризи / О.Ю. Микитів // Освіта регіону. Політологія, психологія, комунікації. – 2010. – №2. – С.112-117.
13. Теремко В. І. Основні засади видавничого бізнесу : навч. посіб. — К. : Академвидав, 2010. – 136 с.
14. Теремко Василь Іванович. Видавництво-XXI. Виклики і стратегії: монографія / Василь Іванович Теремко; Наук. конс. В. В. Різун. – К. : Академвидав, 2012. – 323 с.

Інтернет-ресурси:

1. Національна бібліотека ім. В. Вернадського, електронний каталог періодичних видань. – Режим доступу: www.nbuv.gov.ua
2. Електронна бібліотека інституту журналістики Київського національного університету ім.Т. Г. Шевченка. – Режим доступу: www.journalib.univ.kiev.ua
3. Офіційний сайт Книжкової палати України. – Режим доступу: www.ukrbook.net
4. Видавництва України – перелік видавництв України. – Режим доступу: www.uk.wikipedia.org/wiki/
5. Офіційний сайт Української асоціації видавців та книго розповсюджувачів. – Режим доступу: www.uabooks.info
6. Державний реєстр видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції. – Режим доступу: www.comin.kmu.gov.ua/control/

