

Код, назва дисципліни	<b>2-061-3-4_Сучасні видавничі стратегії</b>
Рекомендується для галузі знань (спеціальності, освітньої програми)	061 – Журналістика, ОП «Видавнича справа та редагування»
Кафедра	Видавничої справи та міжкультурної комунікації
П.І.П. НПП (за можливості)	Михайлова Алла Анатоліївна
Рівень ВО	Другий (магістерський)
Курс, семестр (на якому буде викладатись)	5 курс, 2 семестр
Мова викладання	Українська
Пререквізити (передумови вивчення дисципліни)	Курс передбачає опертя на дисципліни: «Теорія та історія видавничої справи і редагування»
Що буде вивчатися	Об'єктом вивчення є видавничі стратегії, застосовувані у сучасній книговидавничій практиці.
Чому це цікаво/треба вивчати	Видавнича справа є культурною індустрією, яка використовує сучасні інструменти для просунення видавництв, авторів і книжкових видань. У своїй практиці видавництва активно послуговуються інтернет-маркетингом, вивчення якого затребувано сьогоднішнім часом.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Результати навчання передбачають сформувати вміння моделювати комунікаційні стратегії та вміння використовувати інструменти просування видавництв і видань у соціальних мережах.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	Розробка комунікаційних стратегій у діяльності сучасних видавництв, інтернет-маркетинг сучасного видавництва.
Інформаційне забезпечення	1. Влодарчик Яцек.«Маркетинг у видавничій справі – фантазія чи дійсність?». Львів: Кальварія, 2002. – 143 с. 2. Теремко В. Видавництво XXI. Виклики і стратегії: моногр. К.: Академвидав, 2012. 328 с. 3. Теремко В. І. Видавничий маркетинг: навч. посіб. К.: Академвидав, 2009. 272 с.
Види навчальних занять (лекції, практичні, семінарські, лабораторні заняття тощо)	Лекції, практичні
Вид семестрового контролю	диференційований залік
Максимальна кількість здобувачів	
Мінімальна кількість здобувачів (для мовних та творчих дисциплін)	