**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**«Літературний менеджмент і книжковий маркетинг»**

 **Компонента освітньої програми** *– вибіркова* (*3 кредити*)

|  |  |
| --- | --- |
| **Освітньо-професійна програма** |  |
| **Спеціальність** |  |
| **Галузь знань** |  |
| **Рівень вищої освіти** | перший (бакалаврський), другий (магістерський)  |
| **Мова навчання** | українська  |
| **Профайл викладача (-ів)** | Тичініна Альона Романівна – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри зарубіжної літератури та теорії літератури.<http://philology.chnu.edu.ua/?page_id=286> |
| **Контактний тел.** | (0372)58-48-87 |
| **E-mail:** | a.tychinina@chnu.edu.ua  |
| **Сторінка курсу в Moodle** | <https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=5715>  |
| **Консультації** | за попередньою домовленістю |

# АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

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. Курс сприяє генеруванню ідей, моделюванню, вивченню кейсів культурних та соціальних ініціатив та передбачає розробку концепції власного літературного проєкту – бук-трейлер, пресреліз, розробка піар-стратегії та бренду автора, план співпраці з сучасним письменником, видавництвами, перекладачами, літературним критиком, ЗМІ, план організації літературного івенту.Метою даного курсу є прочитання знакових зразків літературної фантастики, опрацювання теоретичних й методологічних аспектів літературної фантастики й фентезі як метажанрів; характеристика їхньої видової й жанрової диференціації; опрацювання художніх текстів світової літератури – зразків утопії, антиутопії, наукової фантастики, апокаліптичної й постапокаліптичної літератури, хорору і літератури жахів, кіберпанку, а також епічного, героїчного, магічного, історичного, християнського, антропологічного, гумористичного фентезі; окреслення літературної фантастики в українській літературі.

Метою навчальної дисципліни є окреслення теоретико-методологічних основ літературного менеджменту та книжкового маркетингу, формування у студентів практичні вміння та навички,розвинути їхню креативність.

**Навчальний контент освітньої компоненти**

|  |
| --- |
| **МОДУЛЬ 1. ЛІТЕРАТУРНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА КНИЖКОВИЙ МАРКЕТИНГ** |
| **Тема 1** | Поняття культурного та літературного менеджменту. Постать культурного та літературного менеджера. Хто такий букскаут?Специфіка роботи літературних агентів. |
| **Тема 2** | Генерування ідей, моделювання, вивчення кейсів культурних та соціальних ініціатив. Важливість проектного підходу. Розробка концепції літературного проєкту. Успішні літературні проекти. |
| **Тема 3** | Поняття книжкового маркетингу. Вивчення цільової аудиторії та ринку. Книга як продукт. |
| **Тема 4** | Маркетинг-мікс 4P: Product, Price, Promotion, Place. |
| **Тема 5** | Копірайтинг для digital-маркетингу Пресрелізи. |
| **Тема 6.** | Пошук каналів збуту. Маркетингові інструменти. |
| **МОДУЛЬ 2. ПРОМОЦІЯ І КОМУНІКАЦІЯ** |
| **Тема 7** | Піар-техніки та бренд автора. Колаборації письменника з іншими авторами та митцями. |
| **Тема 8.**  | Співпраця з сучасними письменниками. Співпраця з видавництвами. |
| **Тема 9.**  | Співпраця з перекладачами. Співпраця з літературними критиками і рецензентами. |
| **Тема 10.**  | Співпраця з читачами. Зв'язки з громадськістю: співпраця із ЗМІ та інфлюенсерами. |
| **Тема 11.**  | Організація івентів. Топос сучасної бібліотеки. |
| **Тема 12.**  | Книжкові виставки та книжкові ярмарки. Літературні Інтернет-портали. |
| **Тема 13.**  | Літературні резиденції. Літературні фестивалі. Літературні премії. |
| **Тема 14.**  | Перспективи літературного менеджменту в Україні. |

**ФОРМИ, МЕТОДИ ТА ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ**

У роботі використовуються словесно-евристичні методи (лекція, бесіда, обговорення, дискусія, наукова доповідь), проблемно-пошукові методи (науково-дослідницьке завдання), пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемно-пошукові.

Методи перевірки і оцінки знань, умінь та навичок.

**ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ**

***Поточний контроль*:** Формами поточного контролю є усна чи письмова (тестування, есе, реферат, творча робота) відповідь студента та ін.

***Підсумковий контроль*** – *залік.*

**КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ**

Оцінювання програмних результатів навчання здобувачів освіти здійснюється за шкалою європейської кредитно-трансферної системи (ЄКТС).

Критерієм успішного оцінювання є досягнення здобувачем вищої освіти мінімальних порогових рівнів (балів) за кожним запланованим результатом навчання.

**ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ**

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні навчальної дисципліни регламентовано такими документами:

* «Етичний кодекс Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича» <https://www.chnu.edu.ua/media/jxdbs0zb/etychnyi-kodeks-chernivetskoho-natsionalnoho-universytetu.pdf>
* «Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університету імені Юрія Федьковича» [https://www.chnu.edu.ua/media/f5eleobm/polozhennya-pro zapobihannia-plahiatu\_2024.pdf](https://www.chnu.edu.ua/media/f5eleobm/polozhennya-pro%20zapobihannia-plahiatu_2024.pdf)

**ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ**

* 1. «Менеджмент у літературній сфері: Кошторис і музи» – на ВУМ стартував новий онлайн курс https://www.prostir.ua/?news=menedzhment-u-literaturnij-sferi-koshtorys-i-muzy-na-vum-startuvav-novyj-onlajn-kurs
	2. «Я роблю книжки видимими». Піарниця ВСЛ — про свою роботу https://happymonday.ua/ya-roblyu-knyzhky-vydymymy-piarnytsya-vsl
	3. 10 правил книжкового маркетингу від Дани Павличко https://www.barabooka.com.ua/10-pravil-knizhkovogo-marketingu-vid-dani-pavlichko/
	4. House of Europe запускає безплатний курс із книжкового маркетингу https://tyktor.media/novyny/house-of-europe-book-marketing/
	5. https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/34298/1/M\_Polovynkina\_PROG4\_COPYWRITING\_KUBG.pdf
	6. Автор і просування книжки, або чому письменник має лізти «не в свою справу»https://chytomo.com/marketing\_dlya\_pysmennyka/
	7. Водолазька С. Книжковий клуб як інноваційна форма продажу книг Український науковий журнал "ОСВІТА РЕГІОНУ", с.174. https://social-science.uu.edu.ua/article/919
	8. День Саллі Руні, або Як працює книжковий маркетинг за кордоном https://suspilne.media/164568-den-salli-runi-abo-ak-pracue-knizkovij-marketing-za-kordonom/
	9. Дискусія про літературний менеджмент або як видати власну книгу https://bookforum.ua/p/dyskusiya-pro-literaturnyj-menedzhment-abo-yak-vydaty-vlasnu-knygu
	10. Книжковий маркетинг для видавців https://vumonline.ua/course/book-marketing-for-publishers-open-course/
	11. Книжковий маркетинг у постковідну добу: досвіди України та Німеччини https://chytomo.com/knyzhkovyj-marketynh-u-postkovidnu-dobu-dosvidy-ukrainy-ta-nimechchyny/
	12. Книжковий маркетинг. 11 ефективних ідей просування книг https://azbyka.com.ua/uk/knizhnyj-marketing1/
	13. Книжковий маркетинг: як створити якісний буктрейлер https://www.vydra.net.ua/knyzhkovyj-marketynh-sekrety-iakisnoho-buktrejlera/
	14. Літературний менеджмент https://archive.chytomo.com/tag/literaturnij-menedzhment
	15. Літературний менеджмент https://day.kyiv.ua/article/kultura/literaturnyy-menedzhment
	16. Літературний менеджмент: від автора до читача http://bukvoid.com.ua/digest/2011/09/19/201133.html
	17. Онлайн-курс книжкового маркетингу і просування авторів https://litosvita.com/marketing
	18. Офіційний сайт Книжкової палати України та журналу «Вісник книжкової палати» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http:// www.ukrbooks.net
	19. Офіційний сайт Української асоціації маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://uam.iatp.org.ua
	20. Портал української книжкової індустрії [Електронний ресурс]. – Режим доступу :http://www.uabooks.info
	21. Що означає бути продюсером онлайн-контенту для книжкової промоції https://chytomo.com/shcho-oznachaie-buty-prodiuserom-onlajn-kontentu-dlia-knyzhkovoi-promotsii/