

**Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича**  
**філологічний факультет**

**Кафедра зарубіжної літератури та теорії літератури**

**“ЗАТВЕРДЖУЮ”**

Декан  
філологічного факультету  
проф. Бунчук Б. І.  
«31» серпня 2022 року



**РОБОЧА ПРОГРАМА**  
навчальної дисципліни  
**ОСНОВИ ЛІТЕРАТУРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ І КНИЖКОВОГО**  
**МАРКЕТИНГУ**  
(вибіркова)

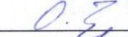
|                           |                                 |
|---------------------------|---------------------------------|
| Освітньо-наукова програма | <b>Філологія</b>                |
| Спеціальність             | <b>035 Філологія</b>            |
| Кваліфікація              | <b>доктор філософії (PhD)</b>   |
| Галузь знань              | <b>03 Гуманітарні науки</b>     |
| Рівень вищої освіти       | <b>третій освітньо-науковий</b> |
| Факультет                 | <b>філологічний</b>             |
| Мова навчання             | <b>українська</b>               |

Чернівці, 2022


Робоча програма навчальної дисципліни «Основи літературного менеджменту і книжкового маркетингу» складена відповідно до вимог її змісту (Ліцензійні умови провадження освітньої діяльності) та відповідає освітньо-науковій програмі «Філологія» підготовки здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти – доктора філософії (PhD) – спеціальності 035 Філологія.

**Розробник:** *Тичініна Альона Романівна* – кандидат філологічних наук, доцент кафедри зарубіжної літератури та теорії літератури.

Затверджено на засіданні кафедри зарубіжної літератури та теорії літератури.  
Протокол № 1 від «30» серпня 2022 року.

Завідувач кафедри  (Ольга ЧЕРВІНСЬКА)

Схвалено методичною радою філологічного факультету.  
Протокол № 2 від «5» вересня 2022 року.

Голова методичної ради факультету  (Алла АНТОФІЙЧУК)

## **1. Мета навчальної дисципліни:**

Окреслити теоретико-методологічні основи літературного менеджменту та книжкового маркетингу, сформувані у студентів практичні вміння та навички, розвинути їхню креативність.

## **2. Завдання:**

- окреслити поняття літературного менеджменту та книжкового маркетингу;
- окреслити книгу як продукт;
- охарактеризувати професії культурного та літературного менеджера, букскаута, літературного агента;
- представити генерування ідей, моделювання, вивчення кейсів культурних та соціальних ініціатив;
- акцентувати важливість проєктного підходу;
- презентувати успішні літературні проєкти;
- вивчення цільової аудиторії та ринку, маркетингу 4P: Product, Price, Promotion, Place, копірайтингу для digital-маркетингу;
- дослідити топос сучасної бібліотеки;
- дослідити сучасні книжкові виставки та книжкові ярмарки, фестивалі, резиденції;
- дослідити літературні Інтернет-портали;
- проаналізувати сучасні літературні премії;
- формування вмінь та навичок розробки концепцій власних літературних проєктів (бук-трейлер, пресреліз, розробка піар-стратегії та бренду автора, план співпраці з сучасним письменником, видавництвами, перекладачами, літературним критиком, ЗМІ, план організації літературного івенту);
- окреслити перспективи літературного менеджменту в Україні.

## **3. Результати навчання**

**знати:** сучасний стан української науки про літературу; специфіку підходів до інтерпретації тексту; поняття літературного менеджменту та книжкового маркетингу; специфіку професії культурного та літературного менеджера, букскаута, літературного агента; особливості проєктного підходу; специфіку цільової аудиторії та ринку, маркетингу 4P; особливості сучасних бібліотек, книжкових магазинів, книжкових виставок, ярмарків, фестивалів, резиденцій, Інтернет-порталів, літературних премій; методика створення літературних проєктів (бук-трейлер, пресреліз, розробка піар-стратегії та бренду автора); особливості співпраці з сучасним письменником, видавництвами, перекладачами, літературним критиком, ЗМІ.

**вміти** доцільно використовувати спеціальну термінологію, пов'язану з даним курсом; характеризувати книгу як продукт; диференціювати професії культурного та літературного менеджера, букскаута, літературного агента; генерувати ідеї, моделювати, вивчати кейси культурних та соціальних ініціатив; використовувати проєктний підхід; вивчати цільову аудиторію та ринку; орієнтуватися у специфіці сучасних бібліотек, книжкових виставок, фестивалів, резиденцій, книжкових

Інтернет-порталів, літературних премій; розробляти концепції власних літературних проєктів; співпрацювати з письменником, видавництвами, перекладачами, літературним критиком, ЗМІ; створювати план організації літературного івенту; формулювати висновки та узагальнення.

**Компетенції, якими має оволодіти аспірант у процесі вивчення навчальної дисципліни:**

**Інтегральна компетентність** Здатність продукувати нові ідеї, розв'язувати комплексні проблеми в галузі філології в межах професійної, наукової та дослідницько-інноваційної діяльності, застосовувати методологію наукової та педагогічної діяльності, а також проводити власне наукове дослідження, результати якого мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення на міжнародному та національному рівні.

**Загальні компетентності (ЗК):**

ЗК 1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу філологічних знань.

ЗК 3. Здатність до проведення самостійних досліджень на високому рівні з опертям на найновіші світові здобутки в галузі філології.

ЗК 4. Здатність до пошуку, обробки та аналізу інформації з різних джерел: фахової літератури, електронних баз.

ЗК 5. Здатність самостійно генерувати нові ідеї та застосовувати теоретичні знання в практичних ситуаціях.

ЗК 6. Здатність критично оцінювати наукові здобутки інших дослідників та свої власні.

ЗК 9. Здатність до міжособистісного спілкування, дотримання вимог професійної етики, вміння взаємодіяти та комунікувати з іншими фахівцями в галузі філології.

ЗК 11. Здатність ініціювати, організовувати і проводити комплексні теоретичні та практичні дослідження у філологічній галузі.

ЗК 13. Здатність усвідомлювати роль і значення науки в культурі, зв'язок з іншими формами знання, вплив на проблеми інформаційного суспільства.

ЗК 14. Здатність проводити оригінальні дослідження, результати яких матимуть практичне застосування на вітчизняному та міжнародному рівнях.

ЗК 15. Здатність діяти на основі етичних міркувань (наукова коректність та толерантність) та уміти запобігати конфліктам під час наукових чи професійних дискусій.

ЗК 16. Здатність конструктивно взаємодіяти з учасниками освітнього процесу при вирішенні складних теоретико-прагматичних питань.

ЗК 17. Здатність до формування системного наукового та загальнокультурного світогляду.

ЗК 18. Здатність до планування часу, самоорганізації та самоконтролю.

ЗК 20. Здатність до усвідомлення норм наукової етики та дотримання правил академічної доброчесності.

ЗК 21. Здатність у процесі наукових досліджень виявляти повагу до людської гідності (відмова від домінування, заповідання шкоди й насильства) незалежно від статевої та гендерної самоідентифікації; здатність усвідомлено визнавати різноманіття підходів до права бути іншим.

**Фахові компетентності (ФК):**

ФК 1. Здатність використовувати знання з філології для доповнення наявних системних світоглядних знань, концепцій на основі вивчення нових фактів і явищ.

ФК 3. Здатність виокремлювати з накопичених спостережень ті, які можна безпосередньо застосовувати у власній науковій діяльності.

ФК 4. Здатність запам'ятовувати та відтворювати факти, терміни, основні поняття, правила і теорії.

ФК 5. Здатність на високому рівні застосовувати методи наукового аналізу, структурувати літературний матеріал з урахуванням традиційних і новітніх методологічних принципів і засад.

ФК 7. Здатність удосконалювати та розвивати свій інтелектуальний і загальнокультурний рівень, професійно застосовувати знання з обраної філологічної галузі – літературознавства, літературної критики тощо.

ФК 8. Здатність вільно й критично послуговуватися спеціальною науковою термінологією в обраній галузі філологічних досліджень; обґрунтовувати оптимальний вибір термінів (при наявності синонімічних); за необхідності пропонувати нові спеціалізовані терміни та поняття.

ФК 9. Здатність чітко, логічно та послідовно висловлювати думку, досконало спілкуватися усною і писемною формами української та іноземної мов.

ФК 11. Здатність знаходити, відбирати й інтерпретувати наукові матеріали в першоджерелах і фаховій літературі.

ФК 12. Здатність методично грамотно працювати з текстами наукових джерел; екстраполювати засвоєні знання, уміння, навички з філологічних дисциплін у методологію власних дослідницьких проєктів.

ФК 13. Здатність виявляти феномен національної культури з опертям на розуміння її мовної та літературної специфіки.

ФК 14. Здатність опановувати методологічні та методичні аспекти сучасної наукової термінології та технології термінотворення.

ФК 18. Здатність розуміти специфіку та тенденції розвитку світового та українського літературного процесу, зміст методів, напрямів, стилів і жанрів.

ФК 19. Здатність на високому рівні володіти знаннями про теоретико-методологічні підходи в літературознавстві та розуміти сутність механізмів та підходів літературознавчого аналізу художнього твору.

ФК 20. Здатність до продукування нових ідей і розв'язання комплексних проблем у галузі філології в межах професійної та дослідницько-інноваційної діяльності, а також до застосування сучасних методологій, методів та інструментів педагогічної та наукової діяльності за фахом.

#### **Програмні результати навчання:**

ПРН 1. Аналізувати сучасні новітні концептуальні та методологічні знання з філології та суміжних галузей знань.

ПРН 2. Застосовувати та аналізувати праці провідних українських та зарубіжних учених, наукових шкіл та фундаментальних праць у власній сфері дослідження.

ПРН 7. Формулювати наукову проблему з урахуванням сучасних наукових тенденцій.

ПРН 8. Аналізувати наукові праці з філології, виявляти дискусійні та малодосліджені питання.

ПРН 10. Визначати інформаційну цінність джерел через порівняльний аналіз з іншими джерелами.

ПРН 11. Визначати найефективніші методи дослідження в галузі філології, використовуючи міждисциплінарні підходи та зв'язки.

ПРН 12. Вести спілкування в галузі філології з науковою спільнотою та громадськістю в діалоговому режимі.

ПРН 16. Застосовувати професійні знання в приватній, суспільній, професійній та освітніх сферах спілкування в багатонаціональному середовищі та з представниками інших культур.

ПРН 19. Демонструвати філологічну освіченість, знання теорії, історії, етапів формування і розвитку мовознавчої та літературознавчої науки, персоналій; обізнаність із надбаннями світової літератури, перекладними текстами; користуватися словниками та тезаурусами різних типів, довідниками, інтернет-ресурсами та електронними посібниками.

ПРН 23. Уміти конструктивно діяти, дотримуючись принципів соціальної відповідальності на основі етичних норм.

ПРН 25. Уміти підготувати на основі самостійно отриманих результатів та успішно захистити дисертаційне дослідження.

ПРН 26. Уміти фахово використовувати наукову термінологію згідно з усталеними дефініціями в спеціалізованих словниках.

ПРН 29. Характеризувати основні тенденції літературного розвитку в культурному контексті та аспекті історико-суспільних явищ, визначати роль і місце окремого автора в літературному процесі, його приналежність до стильової епохи чи певного художнього напрямку.

ПРН 30. Використовувати різні підходи (історико-типологічний, рецептивно-естетичний, психологічний, культурологічний, гендерний, постколоніальний, герменевтичний) при характеристиці літературних явищ з урахуванням також і практики компаративних літературознавчих студій тощо.

ПРН 31. Застосовувати теоретичну спадщину світової літературознавчої думки та літературної критики; виявляти й розкривати інтертекстуальні паралелі.

ПРН 34. Уміти практично застосовувати навички гендерної культури, виходячи із засад та принципів гендерної рівності та принципів гендерної демократії.

## 4. Опис навчальної дисципліни

### 4.1. Загальна інформація

| Форма навчання | Рік підготовки | Семестр | Кількість |       | Кількість годин |           |             |             |                   |                        | Вид підсумкового контролю |
|----------------|----------------|---------|-----------|-------|-----------------|-----------|-------------|-------------|-------------------|------------------------|---------------------------|
|                |                |         | кредитів  | годин | лекцій          | практичні | семінарські | лабораторні | самостійна робота | індивідуальні завдання |                           |
| Денна          | 1              | 2       | 3         | 90    | 10              | 5         |             |             | 75                | 0                      | залік                     |
| Заочна         | 1              | 2       | 3         | 90    | 2               | 2         |             |             | 86                | 0                      | залік                     |

### 4.2. Дидактична карта навчальної дисципліни

| Назви змістових модулів і тем | Кількість годин |              |              |              |
|-------------------------------|-----------------|--------------|--------------|--------------|
|                               | денна форма     |              | Заочна форма |              |
|                               | усьо            | у тому числі | усьо         | у тому числі |
|                               |                 |              |              |              |

|  | го   | л | п   | л<br>а<br>б | інд | с.р. | го | л   | п   | л<br>а<br>б | і<br>н<br>д | с.р. |
|--|--|---|-----|-------------|-----|------|----|-----|-----|-------------|-------------|------|
| 1  | 2  | 3 | 4   | 5           | 6   | 7    | 8  | 9   | 10  | 1<br>1      | 1<br>2      | 13   |
| <b>Теми лекційних занять</b>   | <b>Змістовий модуль 1. Специфіка літературного менеджменту і книжкового маркетингу</b> |   |     |             |     |      |    |     |     |             |             |      |
| <b>Тема 1.</b> Поняття культурного та літературного менеджменту. Постать культурного та літературного менеджера. Хто такий букскаут? Специфіка роботи літературних агентів. Генерування ідей, моделювання, вивчення кейсів культурних та соціальних ініціатив. Важливість проектного підходу. Розробка концепції літературного проекту. Успішні літературні проекти. | 9  | 1 | 0,5 |             |     | 7,5  | 9  | 0,2 | 0,2 |             |             | 8,6  |
| <b>Тема 2.</b> Поняття книжкового маркетингу. Вивчення цільової аудиторії та ринку. Книга як продукт.  | 9  | 1 | 0,5 |             |     | 7,5  | 9  | 0,2 | 0,2 |             |             | 8,6  |
| <b>Тема 3.</b> Маркетинг-мікс 4P: Product, Price, Promotion, Place. Копірайтинг для digital-маркетингу. Пресрелізи.  | 9  | 1 | 0,5 |             |     | 7,5  | 9  | 0,2 | 0,2 |             |             | 8,6  |
| <b>Тема 4.</b> Пошук каналів збуту. Маркетингові інструменти.  | 9  | 1 | 0,5 |             |     | 7,5  | 9  | 0,2 | 0,2 |             |             | 8,6  |

|   |   |          |          |  |  |            |           |            |            |  |  |             |
|---|---|----------|----------|--|--|------------|-----------|------------|------------|--|--|-------------|
| <b>Разом за змістовим модулем 1</b>   | <b>36</b>   | <b>1</b> | <b>2</b> |  |  | <b>30</b>  | <b>36</b> | <b>0,8</b> | <b>0,8</b> |  |  | <b>34,4</b> |
| <b>Теми лекційних занять</b>  | <b>Змістовий модуль 2. Особливості промоції і комунікації</b> |          |          |  |  |            |           |            |            |  |  |             |
| <b>Тема 1.</b> Піар-техніки та бренд автора. Колаборації письменника з іншими авторами та митцями.                                  | 9   | 1        | 0,5      |  |  | 7,5        | 9         | 0,2        | 0,2        |  |  | 8,6         |
| <b>Тема 2.</b> Співпраця з сучасними письменниками. Співпраця з видавництвами.  | 9   | 1        | 0,5      |  |  | 7,5        | 9         | 0,2        | 0,2        |  |  | 8,6         |
| <b>Тема 3.</b> Співпраця з перекладачами. Співпраця з літературними критиками і рецензентами.                                       | 9   | 1        | 0,5      |  |  | 7,5        | 9         | 0,2        | 0,2        |  |  | 8,6         |
| <b>Тема 4.</b> Співпраця з читачами. Зв'язки з громадськістю: співпраця із ЗМІ та інфлюенсерами.                                    | 9   | 1        | 0,5      |  |  | 7,5        | 9         | 0,2        | 0,2        |  |  | 8,6         |
| <b>Тема 5.</b> Організація івентів. Топос сучасної бібліотеки. Книжкові виставки та книжкові ярмарки. Літературні Інтернет-портали. | 9   | 1        | 0,5      |  |  | 7,5        | 9         | 0,2        | 0,2        |  |  | 8,6         |
| <b>Тема 6.</b> Літературні резиденції. Літературні фестивалі. Літературні премії. Перспективи літературного менеджменту в Україні.  | 9   | 1        | 0,5      |  |  | 7,5        | 9         | 0,2        | 0,2        |  |  | 8,6         |
| <b>Разом за змістовим</b>   | <b>54</b>   | <b>6</b> | <b>3</b> |  |  | <b>7,5</b> | <b>54</b> | <b>1,2</b> | <b>1,2</b> |  |  | <b>51,6</b> |



|                      |           |           |          |  |  |           |           |          |          |  |  |           |
|----------------------|-----------|-----------|----------|--|--|-----------|-----------|----------|----------|--|--|-----------|
| <b>модулем 2</b>     |           |           |          |  |  |           |           |          |          |  |  |           |
| <b>Усього годин:</b> | <b>90</b> | <b>10</b> | <b>5</b> |  |  | <b>45</b> | <b>90</b> | <b>2</b> | <b>2</b> |  |  | <b>86</b> |

#### 4.2.3. Самостійна робота

| №  | Назва теми   |
|----|--|
| 1  | Робота культурного та літературного менеджера, букскаута, літературного агента.  |
| 2  | Розробка власної концепції літературного проєкту. Підібрати приклади успішних літературних проєктів.                             |
| 3  | Вивчення цільової аудиторії та ринку.  |
| 4  | Спроба копірайтингу для digital-маркетингу.  |
| 5  | Спроба написання пресрелізу.   |
| 6  | Спроба розробки піар-стратегії та бренду автора.   |
| 7  | Вивчення специфіки світових літературних премій.   |
| 8  | Розробка плану співпраці з сучасним письменником.  |
| 9  | Розробка плану співпраці з видавництвами.  |
| 10 | Розробка плану співпраці з перекладачем.   |
| 11 | Розробка плану співпраці з літературним критиком чи рецензентом.   |
| 12 | Розробка плану співпраці з читачами.   |
| 13 | Розробка плану співпраці з ЗМІ та інфлюенсерами.   |
| 14 | Розробка плану організації літературного івенту.   |
| 15 | Відвідування бібліотек, книжкових виставок, книжкових ярмарок, літературних резиденцій, фестивалів. Пропозиції із вдосконалення. |

### 5. Система контролю та оцінювання

#### 5.1. Види та форми контролю

Під час навчання проводиться написання модульних контрольних робіт. Наприкінці курсу – залік у письмовому вигляді.

Підсумковий контроль у формі заліку передбачає одержання аспірантом максимум 40 балів за залікову роботу.

#### 5.2. Засоби оцінювання

Засобами оцінювання та демонстрування результатів навчання є:

- контрольні роботи;
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;

#### 5.3. Критерії оцінювання результатів навчання з навчальної дисципліни

Загальна кількість балів, яку студент може отримати у процесі вивчення дисципліни впродовж семестру, становить 100 балів, з яких 60 балів аспірант набирає за поточні види контролю і 40 балів під час підсумкового виду контролю (заліку).

Кількість балів за модуль дорівнює сумі балів, отриманих за виконання модульної контрольної роботи. Максимальна кількість балів складає: за 1 модуль – 30 балів; за 2 модуль – 30 балів.

#### 5.4. Критерії оцінювання модульної роботи (різнорівневі завдання).

Модульна робота - тести. 1 питання - 1 бал.

### 5.5. Критерії оцінювання залікової роботи

Залікова робота складається з 10 завдань тестового формату (1 бал / правильна відповідь на 1 питання) та творчого проєкту (за вибором аспіранта): бук-трейлер, пресреліз, розробка піар-стратегії та бренду автора, план співпраці з сучасним письменником, видавництвами, перекладачами, літературним критиком, ЗМІ, план організації літературного івенту, студент у ролі літературного агента чи букскаута, промоція маловідомого українського автора (30 балів).

Оцінюється оригінальність, креативність, відповідність правилам копірайтингу, логічність структури тексту, грамотність.

### 5.6. Критерії оцінювання результатів навчання з навчальної дисципліни

| Оцінка за національною шкалою | Оцінка за шкалою ECTS |   |
|-------------------------------|-----------------------|---|
|                               | Оцінка (бали)         | Пояснення за розширеною шкалою                      |
| Відмінно                      | A (90-100)            | відмінно  |
| Добре                         | B (80-89)             | дуже добре  |
|                               | C (70-79)             | добре   |
| Задовільно                    | D (60-69)             | задовільно  |
|                               | E (50-59)             | достатньо   |
| Незадовільно                  | FX (35-49)            | (незадовільно)<br>з можливістю повторного складання |
|                               | F (1-34)              | (незадовільно)<br>з обов'язковим повторним курсом   |

### 5.7. Розподіл балів, які отримують студенти

| Поточне тестування та самостійна робота |    |    |    |                     |    |    |    |    |    | Залік | Сума |
|---|----|----|----|---------------------|----|----|----|----|----|-------|------|
| Змістовий модуль №1                     |    |    |    | Змістовий модуль №2 |    |    |    |    |    |       |      |
| T1                                      | T2 | T3 | T4 | T1                  | T2 | T3 | T4 | T5 | T6 | 40    | 100  |
| 4                                       | 4  | 9  | 9  | 4                   | 5  | 5  | 4  | 8  | 8  |       |      |

T1, T2 ... T3 – теми змістових модулів.

### 5.8. Визнання результатів навчання, здобутих у неформальній освіті.

Згідно з «Положенням про взаємодію формальної та неформальної освіти, визнання результатів навчання (здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти, в системі формальної освіти) у Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича (протокол №10 від 28 жовтня 2019 року)» у випадку, коли аспірант/ка пройшов/-ла курс неформальної освіти (тренінги; семінари / вебінари, освітні й практичні курси, літні / зимові школи, в тому числі он-лайн), тематика якого збігається з темою (темами) курсу «Літературний менеджмент та книжковий маркетинг», і має відповідний сертифікат, він/вона може представити результати засвоєних знань у вигляді презентації-доповіді. У разі успішної демонстрації, що доводить поглиблення і розширення теми / тем курсу, студент/ка може отримати від 1 до 4 балів, які будуть додані до оцінки відповідного модульного контролю.

## 6. Рекомендована література

### 6.1. Базова (основна)

1. Бондар Ю., Шпак В. Видавнича програма: комунікаційний місток і маркетингова стратегія. *Вісник книжкової палати*. 2021, №4. С.3-9. DOI: [https://doi.org/10.36273/2076-9555.2021.4\(297\).3-9](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2021.4(297).3-9)

2. Булах Т. Д. Реклама у видавничій справі. Харків, 2011. 224 с.
3. Мак-Кі Р., Джерас Т. Сторіноміка: маркетинг у пострекламну епоху. Харків: Vivat, 2019, 240 с.
4. Томпсон Д. Хітмейкери. Наука популярності та змагання за увагу. Київ: Yakaboo Publishing, 2019, 432 с.
5. Траут Дж., Рівкін С. Диференційоюся, або помри. Харків: Фабула, 2019. 240 с.
6. Трухімович С. Реклама. Конспекти копірайтера. Львів, 2015. 102 с.

## 8.2. Допоміжна

1. Бондар Ю. В. Друга видавнича. Зародження та розвиток видавничої справи у процесі суспільно-політичних трансформацій Середньовіччя і Нового часу : монографія. Київ : Персонал. 2017. 528 с.
2. Бондар Ю. В. Перша інформаційна. Правидавництво: зародження та розвиток видавничої справи у процесі суспільно-політичних трансформацій Стародавнього світу : монографія. Київ : Персонал. 2016. 560 с.
3. Бондар Ю. В. Третя комунікаційна. Розвиток видавничої справи в процесі суспільно-політичних трансформацій Новітнього часу. Київ : Персонал. 2018. 660 с.
4. Бондар Ю. В. Четверта українська. Розвиток видавничої справи в процесі суспільно-політичних трансформацій України Новітнього часу : монографія . Київ : Персонал. 2019. 514 с.
5. Бондар Ю. Видавнича комунікація: до питання інституалізації. *Вісник Книжкової палати*. 2014. № 10. С. 3—6.
6. Бондар Ю. Книга: комунікаційний вимір. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2014. Т. 55. С. 25—31.
7. Маркова В. Книга в соціально-комунікативному просторі: минуле, сучасне, майбутнє : монографія. Харків : ХДАК. 2010. 252 с.
8. Мельник Ю.М. Особливості книги як товару. *Економічні проблеми сталого розвитку : науково-технічна конференція викладачів, співробітників, аспірантів і студентів факультету економіки та менеджменту, 19-23 квітня 2010 р.* 2010. Ч. 3. С. 47-78.
9. Мельник Ю.М. Сучасні тенденції маркетингу книговидавничої сфери в Україні. *Матеріали X-ої Міжнародної науково-практичної конференції студентів і молодих вчених «Економіка і маркетинг в умовах всесвітньої інтеграції : проблеми, досвід, передова думка»*. 2010. С. 127 – 129.
10. Різун В. В. Теорія масової комунікації : підручник. Київ : Просвіта. 2008. 260 с.
11. Сенченко М. "Великі книги" і як їх визначити – технологія Мортімера Адлера (закінчення). *Вісник Книжкової палати*. 2015. № 8. С. 3—7.
12. Теремко В. Видавництво-XXI. Виклики і стратегії : монографія. Київ : Академвидав. 2012. 328 с.
13. Теремко В. І. Видавничий маркетинг. Київ : Академвидав. 2009. 272 с.
14. Ткаченко В.П. Енциклопедія видавничої справи : Навч. посібник. Харків : ХНУРЕ, 2008. 320 с.
15. Tuczynina A. Literacka specyfika narracji w stylistyce rysunkowej Brunona Schulza. Konteksty: Instytut Sztuki Polskiej Akademii Nauk. 2021. № 4. P. 53-60.
16. Шпак В. І. Видавничий бізнес в умовах української державності. Київ : Експрес-об'ява. 2015. 392 с.
17. Шпак В. І. Розвиток видавничої справи України в 1990—2010 рр. Київ : Експрес-поліграф. 2011. 232 с.

## 9. 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\\_K\\_UBG.pdf](https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/34298/1/M_Polovynkina_PROG4_COPYWRITING_K_UBG.pdf)
6. Автор і просування книжки, або чому письменник має лізти «не в свою справу» [https://chytomo.com/marketing\\_dlya\\_pysmennyka/](https://chytomo.com/marketing_dlya_pysmennyka/)
7. Водозазька С. Книжковий клуб як інноваційна форма продажу книг [Український науковий журнал "ОСВІТА РЕГІОНУ", с.174. https://social-science.uu.edu.ua/article/919](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](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-butu-prodiuserom-onlajn-kontentu-dlia-knyzhkovoї-promotsii/>