

УКРАЇНСЬКА АКАДЕМІЯ ДРУКАРСТВА

Факультет ВИДАВНИЧО-ПОЛІГРАФІЧНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Кафедра КОМП'ЮТЕРНИХ НАУК ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

«ЗАТВЕРДЖЕНО»

Проректор
науково-педагогічної роботи

Угрин Я. М.

« 11 » червня 2018 р.



СИЛАБУС (ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ)

Менеджмент видавничо-інформаційної сфери

(шифр і назва навчальної дисципліни)

курс 1 семестр 1

спеціальність 126 «Інформаційні системи та технології»

освітня програма Інформаційні системи та технології

форма навчання денна/заочна

Викладач Хамула Орест Григорович, канд. техн. наук, доцент
(прізвище, ім'я, по батькові, наукова ступінь, вчене звання)

доцент кафедри КНІТ, 0677747603, khamula@gmail.com

(посада, контактний телефон, електронна адреса)

«Узгоджено»

кафедра, що випускає КНІТ
(скорочена назва кафедри)

завідувач кафедрою

Сеньківський В.М.
прізвище, ініціали

« 11 » червня 2018 р.

«Розглянуто»

кафедра, що випускає КНІТ
(скорочена назва кафедри)

завідувач кафедрою

Сеньківський В.М.
прізвище, ініціали

« 11 » червня 2018 р.

Силабус Менеджмент видавничо-інформаційної сфери
(шифр і назва навчальної дисципліни)

для студентів за спеціальністю 126 «Інформаційні системи та технології»

освітньою програмою Інформаційні системи та технології .

«11» червня 2018 року. – 16 с.

Розробник: Хамула Орест Григорович, доцент кафедри КНІТ, канд.техн наук, доцент
(вказати авторів, їхні посади, наукові ступені та вчені звання)

Силабус розглянуто на засіданні кафедри комп'ютерних наук та інформаційних технологій

Протокол від «11» червня 2018 року № 10

Завідувач кафедри комп'ютерних наук та інформаційних технологій

 / Сенківський В.М. /

підпис

прізвище, ініціали

«11» червня 2018 року

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів — <u>3</u>	Галузь знань <u>12 «Інформаційні технології»</u>	Загальної підготовки	
Модулів — <u>1</u>	Спеціальності: <u>122 «Комп'ютерні науки»</u> <u>126 «Інформаційні системи та технології»</u>	Рік підготовки:	
Змістових модулів — <u>2</u>		V-й	VI-й
Загальна кількість годин — <u>90</u>	<u>магістр</u>	Семестр	
Гижневих годин для денної форми навчання: Аудиторних — <u>2</u> Самостійної роботи студента — <u>2,5</u>		1-й	1-й
		Лекції	
		18 год.	4 год.
		Практичні, семінарські	
		18 год.	4 год.
		Лабораторні	
		—	—
		Самостійна робота	
		54 год.	82 год.
	Індивідуальні завдання:		
	-	-	
	Вид контролю: екзамен		

Примітка.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання – 45% / 55% до загальної кількості годин;

для заочної форми навчання – 10% / 90% до загальної кількості годин.

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Основною метою викладання дисципліни є надання знань про суть і методологію управління видавництвами, стандарти, технологію та інструментальні засоби розробки, реалізації й управління видавництвами; сформувані стратегічне управлінське мислення.

Завданням вивчення дисципліни є ознайомлення із засадами діяльності видавництв, вивчення специфічних методів та інструментів видавничого менеджменту, узагальненої моделі управління видавництвом як системи взаємопов'язаних цілей, функцій і інструментів, що визначаються, реалізуються і використовуються під час видавничої діяльності; набуття вмінь та комплексу практичних навичок з виконання основних функцій управління видавництвом — організації, планування та контролю.

В результаті вивчення дисципліни студент повинен **знати:**

- суть, цілі і процеси управління видавництвом;
- методичні основи планування, структуризації і контролю видавництва, включаючи забезпечення якості;
- основні форми організаційної структури видавництв та методи управління персоналом;
- методи аналізу, оцінки і управління ризиками;

Студент повинен **уміти:**

- визначати цілі видавництва;
- здійснювати аналіз діяльності системи управління видавництвом;
- формувати видавничу команду;
- використовувати відповідно до ситуації методи прийняття управлінських рішень та здійснювати комплекс дій для їх реалізації;
- налагоджувати та проводити ефективну комунікацію в системі управління видавництвом;
- застосовувати різні методи та інструменти систем планування, організації, мотивації та контролю роботи видавництв;
- класифікувати ризики та застосовувати методи аналізу, оцінки і управління ризиками.

Церелік дисциплін, знання яких необхідно студенту для вивчення курсу.

Вивчення курсу «Менеджмент видавничо-інформаційної сфери» ґрунтується на знаннях теорії та практики видавничої справи, економіки

підприємства, підприємницької діяльності, менеджменту, маркетингу, планування і контроль на підприємстві.

Програма навчальної дисципліни

№ п/п	Назва змістових модулів
1	2
<i>Змістовий модуль 1. Менеджмент у сучасному видавничо-інформаційному процесі</i>	
Т.1	<p><u>Тема 1. Основні поняття менеджменту та історія розвитку</u> Основні поняття та виникнення менеджменту. Основні принципи на яких ґрунтується менеджмент. Історичні аспекти виникнення менеджменту. Управлінські революції. Принципи адміністративного менеджменту сформовані А. Файолем.</p>
Т.2	<p><u>Тема 2. Функціональний зміст видавничо-інформаційного менеджменту.</u> Управління інформацією. Сутність та види інформаційного менеджменту. Класифікація інформації. Класифікація основних джерел, носіїв та каналів передачі інформації.</p>
Т.3	<p><u>Тема 3. Організаційні процеси в системі видавничо-інформаційного менеджменту</u> Організаційні функції видавничого менеджменту. Універсальне і спеціалізоване видавництво. Загальні принципи побудови структури управління. Принцип розподілу праці і спеціалізації. Принцип ієрархічності управління. Принцип поділу відповідальності. Принцип поєднання повноважень і відповідальності в управлінні. Принцип правової регламентації.</p>
Т.4	<p><u>Тема 4. Життєвий цикл видавничо-інформаційного процесу та його моделі</u> Видавничо-інформаційний процес. Розробка вимог. Проектування. Реалізація. Тестування. Ввід в дію</p>
<i>Змістовий модуль 2. Процес управління видавничо-інформаційним процесом</i>	
Т.5	<p><u>Тема 5. Класифікація базових понять управління</u> Функції та підсистеми управління процесами. Класифікація типів проектів. Мета та стратегія проектів.</p>
Т.6	<p><u>Тема 6. Управлінські рішення у видавничому менеджменті: сутність, класифікація, умови та процес прийняття.</u> Сутність управлінських рішень. Класифікація управлінських рішень. Умови прийняття управлінських рішень. Процес прийняття управлінських рішень.</p>

1	2
Т.7	<p style="text-align: center;"><u>Тема 7. Бізнес-план видання книги</u></p> <p>Бізнес план як інструмент управління. Основні аспекти бізнес-плану. Розділ 1. Підготовка і використання бізнес-плану. Розділ 2. Визначення цілей проекту видавництва. Розділ 3. Видавництво і книги як продукт. Розділ 4. Ринкові умови і аналіз збуту. Розділ 5. Маркетинг. Розділ 6. Виробничий і оперативний плани. Розділ 7. Діловий розклад. Розділ 8. Видавничий ризик. Розділ 9. План фінансування видання.</p>
Т.8	<p style="text-align: center;"><u>Тема 8. Керівництво, влада, лідерство у видавничо-інформаційній діяльності.</u></p> <p>Керівництво як спосіб здійснення менеджменту. Особливості здійснення влади у видавничому менеджменті. Лідерство у видавничій діяльності. Стили керівництва та їхня характеристика.</p>
Т.9	<p style="text-align: center;"><u>Тема 9. Етикет та відповідальність у менеджменті</u></p> <p>Поняття етики та норми моральності у відношеннях між учасниками процесу. Система цінностей та її підходи опису. Фактори, що визначають етичний вибір. Етикет ділового спілкування. Різновиди відповідальності у менеджменті.</p>

4. Структура навчальної дисципліни

Назва змістових модулів і тем	Кількість годин									
	денна форма навчання					заочна форма навчання				
	лекції	практ. (семін.)	самоств. робота	індивід. робота	усього	лекції	практ. (семін.)	самоств. робота	індивід. робота	усього
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
<i>Змістовий модуль 1. Менеджмент у сучасному редакційно-видавничому процесі</i>										
Тема 1. Основні поняття менеджменту та історія розвитку	2	2	6	—	10	1	1	9	—	10
Тема 2. Функціональний зміст видавничо-інформаційного менеджменту	2	2	6	—	10			9	—	10
Тема 3. Організаційні процеси в системі видавничо-інформаційного менеджменту	2	2	6	—	10	1	1	9	—	10
Тема 4. Життєвий цикл видавничо-інформаційного процесу та його моделі	2	2	6	—	10			9	—	10
<i>Усього по змістовому модулю 1</i>	8	8	24	—	40	2	2	36	—	40
<i>Змістовий модуль 2. Процес управління на видавничому підприємстві</i>										
Тема 5. Класифікація базових понять управління	2	2	6	—	10	1	1	9	—	9,5
Тема 6. Управлінські рішення у видавничому менеджменті: сутність, класифікація, умови та процес прийняття	2	2	6	—	10			9	—	9,5
Тема 7. Бізнес-план видання книги	2	2	6	—	10	9		—	10	
Тема 8. Керівництво, влада, лідерство у видавничо-інформаційній діяльності	2	1	6	—	9	1		9	—	10
Тема 9. Етикет та відповідальність у менеджменті	2	1	6	—	9			10	—	10
Модульна контрольна	—	2	—	—	2	—	1	—	—	1
<i>Усього по змістовому модулю 2</i>	10	10	30	—	50	2	2	46	—	50
<i>Усього годин</i>	18	18	54	-	90	4	4	82	-	90

5. Теми практичних занять

<i>№ п/п</i>	<i>Назва теми</i>	<i>Кількість годин</i>
1.	Визначення рівня керівника на основі тесту «Жарікова»	1
2.	Національні інформаційні ресурси України у мережі інтернет	2
3.	Оцінювання характеристик джерел інформації	2
4.	Оцінювання рейтингів представників еліти (ділової, наукової, політичної) за формальними характеристиками публікацій	2
5.	Експертне оцінювання характеристик інформаційно-пошукових систем мережі інтернет	2
6.	Аналіз організаційного середовища. Структура інформаційних потоків організації	2
7.	Організація діяльності відділу управління інформаційними ресурсами	2
8.	Аудит комунікативної політики організації (на основі ресурсів мережі інтернет)	2
9.	Тест інтелектуальний потенціал	2
	Модульна контрольна	1
Усього		18

6. Індивідуальна робота

Написання реферату по написанні бізнес плану обраного виробничого процесу, ставить за мету поглиблення та систематизацію теоретичних знань з питань управління видавничо-інформаційними процесами.

Тематика рефератів

1. Сутнісні і функціональні ознаки видавництва як соціально-економічної організації.
2. Феноменологічна специфіка видавничого менеджменту.
3. Концепції, школи, традиції менеджменту як джерело ідей, принципів, технологій видавничого менеджменту.
4. Загальні і специфічні ознаки видавництва як соціально-економічної організації.
5. Особливості внутрішнього і зовнішнього середовищ видавництва.
6. Закономірності і специфіка формування внутрішнього середовища видавництва.

7. Цілі і методи впливу видавництва на сфери і суб'єкти зовнішнього середовища.
8. Формування стратегічного контексту і планування діяльності видавництва.
9. Співвідношення мотиваційних і стимулюючих чинників у життєдіяльності видавництва.
10. Суб'єкт-об'єктні передумови і специфіка прийняття рішень у видавничій діяльності.
11. Управління зовнішніми і внутрішніми комунікаціями видавництва.
12. Психологічна своєрідність суб'єктів зовнішнього, внутрішнього середовищ видавництва і специфіка відносин з ними.
13. Причини, лінії, точки конфліктів на видавництва.
14. Причини і характер конфліктів видавництва із суб'єктами зовнішнього середовища.
15. Передумови і чинники комунікаційної вправності видавничих менеджерів і персоналу.
16. Професіографічний портрет ефективного видавничого менеджера.
17. Формування і забезпечення партнерських відносин у внутрішньовидавничій взаємодії.
18. Методи протистояння несприятливим чинникам у видавничій діяльності.

7. Самостійна робота

<i>№ n/n</i>	<i>Назва</i>	<i>Кількість годин ДФ</i>	<i>Кількість годин ЗФ</i>
1	Ознайомлення із законодавчою базою, рекомендованих для вивчення окремих тем дисципліни	12	20
2	Підготовка до практичних занять, опрацювання лекційних матеріалів, вивчення рекомендаційної літератури, за темами дисципліни	22	22
3	Опрацювання літературних джерел для написання реферату	20	40
Усього		54	82

8. Методи навчання

Викладення лекційного курсу здійснюється із застосуванням словесних та наочних методів навчання у вигляді презентацій. При проведенні практичних/семінарських занять передбачається застосування роздаткового матеріалу. На практичних/семінарських заняттях вирішуються ситуаційні завдання, дискусійне обговорення проблемних питань що стосуються менеджменту на видавництвах, тестовий контроль.

9. Методи контролю

Контроль знань студентів передбачається здійснювати шляхом проведення поточного, модульного та підсумкового контролю.

Поточний контроль – перевірка знань студентів на практичних/семінарських заняттях.

Модульний контроль – контроль якості засвоєння студентами теоретичного матеріалу.

Програмою передбачено 1 модульний контроль, який проводиться у формі написання контрольної роботи, зокрема тестування.

Підсумковий контроль базується на результатах модульного контролю і проводиться у формі екзамену за 1-й семестр магістратури.

10. Розподіл балів, які отримують студенти

<i>Поточне тестування та самостійна робота</i>											
<i>Модуль 1</i>									<i>(ІДЗ)</i>	<i>Підсумковий контроль</i>	<i>Сума</i>
<i>Змістовий модуль - 1</i>				<i>Змістовий модуль - 2</i>							
20				20					-	50	—
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9			
5	5	5	7	5	5	5	5	8			
50									-	50	100

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи); практика	для заліку
90-100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зарахована з можливістю повторного складання
1-34	F	незадовільно з повторним вивченням курсу	не зарахована з повторним вивченням курсу

Оцінку «А» або «В» студент, отримує за різнобічні, систематизовані та глибокі знання навчально-програмного матеріалу, за вміння вільно виконувати завдання, передбачені програмою, і засвоєння основної й додаткової літератури, рекомендованої програмою. Як правило, оцінка «А» або «В» ставиться студентам, які засвоїли взаємозв'язок основних понять комплексу дисциплін у їх значенні для придбання професії та проявили творчі здібності у розумінні, викладанні і використанні навчально-програмного матеріалу.

Оцінки «С» заслуговує студент, який виявив повні знання навчально-програмного матеріалу, успішно виконав передбачені програмою завдання, засвоїв основну рекомендовану літературу. Як правило, оцінка «С» ставиться студентам, які показали систематичний характер знань по комплексу дисциплін і здатні самостійно поповнювати їх упродовж подальшого навчання та професійної діяльності.

Оцінку «D» або «E» одержує студент за знання основного навчально-програмного матеріалу в обсязі, необхідному для подальшого навчання і майбутньої роботи за професією, який справляється з виконанням завдань, передбачених програмою, і знайомий з основною рекомендованою літературою. Як правило, оцінка «D» або «E» ставиться студентам, що допустили помилки при виконанні комплексних контрольних завдань, але володіють необхідними знаннями для усунення їх під керівництвом викладача.

Оцінку «FX» або «F» отримує студент, в якого є прогалини в знаннях навчально-програмного матеріалу, котрий допустив принципові помилки при виконанні комплексного контрольного завдання. Як правило, оцінку «FX» або «F» ставлять студентам, які не володіють необхідними знаннями і не можуть усунути допущені помилки без набуття додаткових знань з дисципліни.

11. Методичне забезпечення

1. Хамула О. Г., Васюта С П. Методичні рекомендації для самостійної роботи з вивчення навчальної дисципліни «Менеджмент видавничо-інформаційної сфери» для студентів денної та заочної форм навчання за спеціальностями 122 «Комп'ютерні науки» та 126 «Інформаційні системи та технології» – Львів: УАД, 2018. – 20 с.

2. Хамула О. Г., Васюта С П. Методичні вказівки до виконання практичних завдань з навчальної дисципліни «Менеджмент видавничо-інформаційної сфери» для студентів денної та заочної форм навчання за спеціальностями 122 «Комп'ютерні науки» та 126 «Інформаційні системи та технології» – Львів: УАД, 2018. – 31 с.

12. Рекомендована література

Базова

1. Хміль Ф. І. Основи менеджменту / Ф. І. Хміль. – К.: Академвидав, 2007. – 576 с.
2. Хміль Ф. І. Ділове спілкування / Ф. І. Хміль. – К.: Академвидав, 2004. – 280 с.
3. Хміль Ф. І. Управління персоналом / Ф. І. Хміль. – К.: Академвидав, 2005. – 608 с.
4. Хміль Ф. І. Основи управлінського консультування / Ф. І. Хміль. – К.: Академвидав, 2008. – 240 с.
5. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія управління / Л. Е. Орбан-Лембрик. – К.: Академвидав, 2003. – 568 с.

6. Эрнашвили Н. Д. Книгоиздательство: менеджмент и маркетинг / Н. Д. Эрнашвили – М., 2013.
7. Теремко В. І. Основні засади видавничого бізнесу / В. І. Теремко. – К.: Академвидав, 2008.
8. Тимошик М. Видавничий бізнес : погляд журналіста, видавця, вченого / М. Тимошик – К., 2005. – 328 с.
9. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця : практичн. посібн. / М. Тимошик – К.: Наша культура і наука, 2010. – 560 с.
10. Маркус В. А. Организация и экономика издательского дела / В. А. Маркус – М., 1983.
11. Эрнашвили Н. Д. Книгоиздательство: менеджмент и маркетинг / Н. Д. Эрнашвили – М., 2000.
12. Гірняк О. М., Лазановський П. П. Менеджмент : підручн. / О. М Гірняк., П. П. Лазановський – Львів: Магнолія плюс, 2012. – 352 с.
13. Гірняк О. М., Лазановський П. П. Менеджмент : практикум для студентів ВНЗ / О. М Гірняк., П. П. Лазановський – Львів: Фенікс, 2001. – 126 с.
14. Кузьмін О. Є., Мельник О. Г. Теоретичні та практичні засади менеджменту : навч. Посіб. / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник – Львів: “Інтелект-захід”, 2002. – 348 с.
15. Завадський Й. С. Менеджмент : підручник / Й. С. Завадський – К.: Знання, 2008. 306 с.

Додаткове

1. Господарський кодекс України. // Відомості Верховної Ради України – 2003. – №18, 19, 20, 21.
2. Про видавничу справу: Закон України №318/97 – ВР від 05.06.1997 // Відомості Верховної Ради України – 1997 – № 32.
3. Галагер Бем, Видавець майбутнього і маркетинг і менеджмент у видавництві / Галагер Бем, Йохен Вернер – К., 1994.

4. Лукин В. Б. Экономика издательского дела / В. Б. Лукин, А. В. Деметицкая. – М., 1994.
5. Дурняк Б. В. Поліграфія та видавнича справа. Російсько-український тлумачний словник / Б. В. Дурняк, О. В. Мельников, О. В. Васишин. – Львів: Афіша, 2002.
6. Мильчин А. Э. Справочник издателя и автора : Редакционно-изд. Оформление книги / А. Э. Мильчин, Л. К. Чельцова – М.: ОЛМА – Преса, 2003.
7. Пергов В. М. Маркетинг на предприятиях отрасли печати : учебн. пособ. Для вузов / В. И. Пергов. – М., 2000.
8. Сава В. Основы техники творения книги : навч. посіб. / В. Сава – Львів, 2000.
9. Шимек И. Экономическая политика в издательском деле / И. Шимек. – М., 1991.
10. Швайка Л. А., Штангрет А. М. Економіка видавничо-поліграфічної галузі: підручн. / Л. А. Швайка, А. М. Штангрет – Львів: УАД, 2008. – 480 с.
11. Швайка Л. А. Розвиток і регулювання видавничого підприємництва : монографія / Л. А. Швайка – Львів: УАД, 2008. – 480 с.
12. Лазановський П. П. Організація та економіка видавничої справи : навч.-метод. посіб. / П. П. Лазановський – Львів: “Магнолія 2006”, 2010. – 152 с.
13. Палига Є. М., Боженко О. М. та ін.. Економіка підприємства : підручник / За ред. Є. М. Палиги — [Вид. 2-ге, оновлене і доповнене] – Львів: УАД, 2013. – 688 с.

13. Інформаційні ресурси

1. <http://zakon.rada.gov.ua>.
2. <http://www.uapp.net>
3. www.nbu.gov.ua
4. <http://search.ligazakon.ua>