

Альона Тичініна

Літературний

менеджмент

i

КНИЖКОВИЙ

маркетинг

Міністерство освіти і науки України
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича
Кафедра зарубіжної літератури та теорії літератури

Альона Тичініна

Літературний менеджмент і книжковий маркетинг

методичні рекомендації



Чернівці
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича
2023

УДК 655.5(072)

Т 469

*Рекомендовано до друку
Ученою радою філологічного факультету
Чернівецького національного університету
імені Юрія Федьковича
(протокол № 7 від 29 березня 2023 року)*

Т 469 **Тичініна А. Р.** Літературний менеджмент і книжковий маркетинг : метод. рекомендації до навчальної дисципліни. Чернівці : Чернівець. нац. Ун-т ім. Ю. Федьковича, 2023. 20 с.

Методичні рекомендації до вибіркової навчальної дисципліни «Літературний менеджмент і книжковий маркетинг». Складаються з анотації, мети, завдань навчальної дисципліни, тем лекцій, самостійної роботи, списку рекомендованої літератури.

Для студентів вищих навчальних закладів, аспірантів, викладачів.

УДК 655.5(072)

© Тичініна А.Р., 2023

© Чернівецький національний
університет ім. Ю. Федьковича, 2023

Анотація дисципліни

Вибірковий 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.

Мета навчальної дисципліни: окреслити теоретико-методологічні основи літературного менеджменту та книжкового маркетингу, сформувані у студентів практичні вміння та навички, розвинути їхню креативність.

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.

Теми лекційних занять

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 проєктного підходу. Розробка концепції літературного проєкту.

Успішні літературні проєкти.

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.

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 літературних івентів.

Тема 12.

Книжкові виставки та книжкові ярмарки.
Літературні Інтернет-портали.

Тема 13.

Топос сучасної бібліотеки.
Літературні резиденції.
Літературні фестивалі.
Літературні премії.

Тема 14.

Перспективи літературного менеджменту в Україні.

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.

ЗАЛІКОВА РОБОТА

Заліковим завданням до курсу «Літературний менеджмент і книжковий маркетинг» є розробка стратегічної концепції популяризації та промоції творчості маловідомого сучасного українського автора.

Критерії оцінювання залікової роботи:

- Вибір об'єкту
- Логічність
- Послідовність
- Оригінальність
- Креативність
- Можливість практичного застосування розробки

Рекомендована література

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: Форт, 2011. 224 с.
3. Даниленко В.Г. Лісоруб у пустелі: письменник і літературний процес . Київ: Академвидав, 2008. 346 с.
4. Мак-Кі Р., Джерас Т. Сторіноміка: маркетинг у пострекламну епоху. Харків: Vivat, 2019, 240 с.
5. Томпсон Д. Хітмейкери. Наука популярності та змагання за увагу. Київ: Yakaboo Publishing, 2019, 432 с.
6. Траут Дж., Рівкін С. Диференціюйся, або помри. Харків: Фабула, 2019. 240 с.

Допоміжна

1. Бессараб А. О. Буктрейлер як нове явище у сфері соціальних комунікацій. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2014. № 1–2 (17–18) С. 159–163.
2. Бондар Ю. В. Третя комунікаційна. Розвиток видавничої справи в процесі суспільно-політичних трансформацій Новітнього часу. Київ: ДП Вид. дім "Персонал", 2018. 660 с.
3. Бондар Ю. Видавнича комунікація: до питання інституалізації. Вісник Книжкової палати. 2014. № 10. С. 3–6.
4. Бондар Ю. Книга: комунікаційний вимір. Наукові записки Інституту журналістики, 2014. Т. 55. С. 25–31.

5. Бондар Ю. В. Друга видавнича. Зародження та розвиток видавничої справи у процесі суспільно-політичних трансформацій Середньовіччя і Нового часу : монографія. Київ : ДП Вид. дім "Персонал", 2017. 528 с.
6. Бондар Ю. В. Перша інформаційна. Правидавництво: зародження та розвиток видавничої справи у процесі суспільно-політичних трансформацій Стародавнього світу : монографія. Київ : ДП Вид. дім "Персонал", 2016. 560 с.
7. Бондар Ю. В. Четверта українська. Розвиток видавничої справи в процесі суспільно-політичних трансформацій України Новітнього часу. Київ : ДП Вид. дім "Персонал", 2019. 514 с.
8. Гагоорт Гіп. Менеджмент мистецтва. Підприємницький стиль; [Пер. з англ.. Богдан Шумилович]. Львів: Літопис, 2008. 360 с.
9. Гончар О. Структура літературного ринку в Україні та місце й роль літературного менеджера. Актуальні проблеми філософії та соціології, 2015. С. 45-48. URL: http://apfs.nuoua.od.ua/archive/6_2015/13.pdf
10. Гончар О. Формування поняття літературного менеджменту в менеджменті культури України 2000-х. Гуманітарний корпус : збірник наукових статей з актуальних проблем філософії, культурології, психології, педагогіки та історії. Вип. 4. Вінниця : ТОВ «Ніланд-ЛТД», 2015. С. 60–64. URL: <https://ntsa.npu.edu.ua/images/doc/zbirnyk-osvita-i-nauka-2015-full.pdf#page=64>

11. Каменська М. Теорія просування та PR-у книги. Книжковий огляд. 2004. № 4. С. 22–32.
12. Ключковська Г. М. Книжкова промоція як взаємодія книжкової справи та ЗМІ (засади формування української моделі) : дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08; Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Ін-т журналістики. Київ, 2000. 176 с.
13. Копистинська І., Гринівський Т. Засоби промоції книжкових видань: досвід незалежної України. Наукові записки / Scientific Papers. Соціальні комунікації. 2015 / 1 (50). С. 247-256. URL: <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/1-50/31.pdf>
14. Космач І. Промоція книжкових видань як складова видавничого менеджменту. Збірник наукових праць студентів, аспірантів і молодих вчених «Молода наука-2011» : у 5 т. / Запорізький національний університет. Запоріжжя : Просвіта, 2011. Т. 5. С. 277–281.
15. Маркова В. Книга в соціально-комунікативному просторі: минуле, сучасне, майбутнє : монографія. Харків: ХДАК. 2010. 252 с.
16. Мельник Ю.М. Аналіз комплексу маркетингу книговидавчої справи. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2010. №1. С. 90-101.
17. 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. Суми : Вид-во СумДУ, 2010. Ч. 3. С. 47-78.

18. 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». Донецьк : ДРУК – ІНФО, 2010. С. 127–129.
19. Микитин Т. І. Книжкові виставки і ярмарки в Україні у системі пропагування книги та читання. Поліграфія і видавнича справа. 2011. № 2 (54). С. 59–65.
20. Олефір Д. Новітні способи промоції книги в інтернеті. 36. наук. праць III Всеукраїн. наук.-практ. інтернет-конф. «Вітчизняна наука на зламі епох: проблеми та перспективи розвитку». Переяслав-Хмельницький, 2014. С. 4–12.
21. Подоляка Н. Книжкова полиця як засіб промоції видань у 20-ті рр. ХХ ст. Український інформаційний простір, 2022, Вип. 2(10), с. 268–278. URL: <https://doi.org/10.31866/2616-7948.10.2022.270012>
22. Полівеса А. О. Формування стратегії розвитку книжкового маркетингу в Україні = Formation of a strategy for the development of book marketing in Ukraine : кваліфікаційна робота на здобуття ступеня вищої освіти «магістр». Івано-Франківськ : ХДУ, 2022. 85 с.
23. Різун В. В. Теорія масової комунікації : підручник. Київ : Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с.
24. Сенченко М. «Великі книги» і як їх визначити – технологія Мортімера Адлера (закінчення). Вісник Книжкової палати, 2015. № 8. С. 3—7.

25. Скочинець О. І. Електронні медіа в контексті їх залучення до реалізації акцій книжкової промоції: спроба типологічного аналізу. Наукові записки [Українська академія друкарства]. 2011. № 4 (37). С. 152–160.
26. Теремко В. І. Видавничий маркетинг. Київ : Академвидав. 2009. 272 с.
27. Теремко В. Видавництво-XXI. Виклики і стратегії : монографія. Київ : Академвидав. 2012. 328 с.
28. Ткаченко В.П. Енциклопедія видавничої справи : Навч. посібник. Харків : ХНУРЕ, 2008. 320 с.
29. Трухімович С. Реклама. Конспекти копірайтера. Львів: «Піраміда», 2015. 102 с.
30. Шпак В. І. Розвиток видавничої справи України в 1990—2010 рр. Київ : ВПК «Експрес-поліграф». 2011. 232 с.
31. Шпак В. І. Видавничий бізнес в умовах української державності. Київ : ДП «Експрес-об'ява». 2015. 392 с.
32. Augustyn K. The Global Book Publishing Market as an Interdisciplinary Research Field. *Zagadnienia Informacji Naukowej. Studia Informacyjne*, 2020, p. 122-146.
33. Burns J. Masterclass: Write a Bestseller: How to plan, write and publish a bestselling work of fiction. Hachette UK, 2014. 256 p.
34. Carson N. Literary Management in the Lord Admiral's Company, 1596–1603. Cambridge University Press, 2009. P. 186-197.
35. Friedman J. Publishing 101: A First-Time Author's Guide to Getting Published, Marketing and

- Promoting Your Book, and Building a Successful Career. MBA for Writers, 2014. 233 p.
36. Friedman J. The Business of Being a Writer. University of Chicago Press, 2018. 320 p.
 37. Fry P. Publish Your Book: Proven Strategies and Resources for the Enterprising Author. Allworth Press, 2012. 264 p.
 38. Gelfand J. You Can Be A Winning Writer: The 4 C's System to Author Success: Craft, Commitment, Community & Confidence. Mango Media Inc., 2018. 260 p.
 39. Gerdes S. Author Straight Talk:: The possibilities, pitfalls, how-to's and tribal knowledge from someone who knows. RPM Publishing, 2018. 294 p.
 40. King J. Ditch the Agent: How to Publish a Book without a Literary Agent. Goat Path Publishing, 2010. 185 p.
 41. Lukeman N. Ask a Literary Agent. 2010. URL: <https://books.google.com.ua/books?id=BS73Xc6roi4C&printsec=frontcover&hl=uk#v=onepage&q&f=false>
 42. Lukeman N. How to Land (and Keep) a Literary Agent. Kindle Edition, 2008. 339 p.
 43. Lyons J. The Business of Writing: Professional Advice on Proposals, Publishers, Contracts, and More for the Aspiring Writer. Allworth Press, 2012. 304 p.
 44. Relief Writer's. The Writer's Relief Field Guide To Literary Agents: Find, Attract, Keep, And Manage Your Dream Agent. 2015. 138 p.
 45. Squires C. Book Marketing and the Booker Prize. 2007. Taylor & Francis Group. URL: <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/>

[9781315251318-15/book-marketing-booker-prize-claire-squires](https://doi.org/10.30525/978-9934-26-261-6-44)

46. Tychinina A., Namestiuk S., Sazhyna A. The Poetics of Borrowing: the Artistic Technique and Method of Scientific Text Argumentation (Academic Integrity Issues). International scientific conference «Philological sciences and translation studies: European potential» : conference proceedings (November 3–4, 2022. Riga, the Republic of Latvia). Riga, Latvia: «Baltija Publishing», 2022. P.180-184. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-261-6-44>.
47. Tyczynina A. Literacka specyfika narracji w stylistyce rysunkowej Brunona Schulza. Konteksty: Instytut Sztuki Polskiej Akademii Nauk. 2021. № 4. P. 53-60.
48. Ween L. This Is Your Book: Marketing America to Itself. *PMLA*, 118(1), 2003, p. 90-102. doi:10.1632/003081203X59856.

Інформаційні ресурси

1. «Менеджмент у літературній сфері: Кошторис і музи» – на ВУМ стартував новий онлайн курс. URL: <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. URL: <https://happymonday.ua/ya-roblyu-knyzhky-vydymy-piarnytsya-vsl>
3. 10 правил книжкового маркетингу від Дани Павличко. URL: <https://www.barabooka.com.ua/10-pravil-knizhkovogo-marketingu-vid-dani-pavlichko/>
4. House of Europe запускає безплатний курс із книжкового маркетингу. URL: <https://tyktor.media/novyny/house-of-europe-book-marketing/>
5. Автор і просування книжки, або чому письменник має лізти «не в свою справу». URL: https://chytomo.com/marketing_dlya_pysmennyka/
6. Водолазька С. Книжковий клуб як інноваційна форма продажу книг. URL: [Український науковий журнал "ОСБИТА РЕГІОНУ", с.174. https://social-science.uu.edu.ua/article/919](https://social-science.uu.edu.ua/article/919)
7. День Саллі Руні, або Як працює книжковий маркетинг за кордоном. URL: <https://suspilne.media/164568-den-salli-runi-abo-ak-pracue-knizkovij-marketing-za-kordonom/>
8. Дискусія про літературний менеджмент або як видати власну книгу. URL: <https://bookforum.ua/p/dyskusiya-pro-literaturnyj-menedzhment-abo-yak-vydaty-vlasnu-knygu>

9. Книжковий маркетинг для видавців. URL: <https://vumonline.ua/course/book-marketing-for-publishers-open-course/>
10. Книжковий маркетинг у постковідну добу: досвіди України та Німеччини. URL: <https://chytomo.com/knyzhkovyj-marketynh-u-postkovidnu-dobu-dosvidy-ukrainy-ta-nimechchyny/>
11. Книжковий маркетинг. 11 ефективних ідей просування книг. URL: <https://azbyka.com.ua/uk/knizhnyj-marketing/>
Книжковий маркетинг: як створити якісний буктрейлер. URL: <https://www.vydra.net.ua/knyzhkovyj-marketynh-sekreti-iakisnoho-buktrejlera/>
12. Літературний менеджмент. URL: <https://archive.chytomo.com/tag/literaturnij-menedzhment>
13. Літературний менеджмент. URL: <https://day.kyiv.ua/article/kultura/literaturnyy-menedzhment>
14. Літературний менеджмент: від автора до читача. URL: <http://bukvoid.com.ua/digest/2011/09/19/201133.html>
15. Онлайн-курс книжкового маркетингу і просування авторів. URL: <https://litosvita.com/marketing>
16. Офіційний сайт Книжкової палати України та журналу «Вісник книжкової палати». URL: <http://www.ukrbooks.net>

17. Офіційний сайт Української асоціації маркетингу.
URL: <http://uam.iatp.org.ua>
18. Портал української книжкової індустрії. URL:
<http://www.uabooks.info>
19. Що означає бути продюсером онлайн-контенту
для книжкової промоції. URL:
<https://chytomo.com/shcho-oznachaie-buty-prodiuserom-onlajn-kontentu-dlia-knyzhkovoï-promotsii/>
20. Lukeman Literary. URL: <https://lukeman.com/about/>

Методичне видання

Альона Романівна **Тичініна**

Літературний менеджмент і книжковий маркетинг

методичні рекомендації

Відповідальний
за випуск

Роман Дзик

*Комп'ютерний набір
та верстка*

Альона Тичініна

Дизайн обкладинки

Юліанна Віщак

Підписано до друку 13.04.2023. Формат 60x84/16
Папір офсетний. Електронне видання.
Умов.-друк. арк. 1,1. Обл.-вид. арк. 1,2. Зам. Н-029.
Видавництво Чернівецького національного університету
58012, Чернівці, вул. Коцюбинського, 2
e-mail: ruta@chnu.edu.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК №891 від 08.04.2002

