# **KARTA KURSU**

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa | Książka – design, produkcja, rynek |
| Nazwa w j. ang. | Book – design, publishing, market |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Koordynator | dr hab. Iwona Pietrzkiewicz, prof. UKEN | Zespół dydaktyczny |
| dr hab. Iwona Pietrzkiewicz, prof. UKEN |
| Punktacja ECTS\* | 4 |

Opis kursu (cele kształcenia)

|  |
| --- |
| Celem przedmiotu jest poznanie zagadnień dotyczących współczesnego rynku książki i innych mediów, ich produkcji i dystrybucji, z uwzględnieniem wiedzy o własności intelektualnej, architekturze i designie w tym zakresie oraz niezbędnej terminologii branżowej.  |

## Warunki wstępne

|  |  |
| --- | --- |
| Wiedza |  |
| Umiejętności | Samodzielne poszukiwanie literatury naukowej |
| Kursy |   |

Efekty uczenia się

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Wiedza | Efekt kształcenia dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| W01 Opanowuje elementarną terminologię edytorską, a także poznaje zasady funkcjonowania instytucji związanych z produkcją i dystrybucją książki i innych mediów.W 02 Rozumie znaczenie nowoczesnych metod marketingowych promujących książkę i prasę w kontekście wiedzy na temat przepisów prawa autorskiego.W03 Zna podstawowe zasady pracy w wydawnictwie, a także kolejne etapy merytorycznego i technicznego przygotowania tekstu. | K\_W01K\_W04K\_W05 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Umiejętności | Efekt kształcenia dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| U01 Umie wskazać najważniejsze instytucje i media branżowe na rynku książki, krytycznie ocenić jego osiągnięcia i wykorzystać w praktyce wiedzę na temat jego funkcjonowania. U02 Posiada elementarne umiejętności w zakresie organizacji pracy wydawniczej oraz przygotowania tekstu do druku.  | K\_U01K\_U05 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Kompetencje społeczne | Efekt kształcenia dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| K01 Wykazuje aktywność w indywidualnym i zbiorowym uczestnictwie we współczesnych procesach komunikowania masowego. | K\_K01 |

|  |
| --- |
| Organizacja |
| Forma zajęć | Wykład(W) | Ćwiczenia w grupach |
| A | K | L | S | P | E |
| Liczba godzin |  | 20 |  |  |  |  |  |

## Opis metod prowadzenia zajęć

|  |
| --- |
| Zajęcia będą realizowane w formie ćwiczeń. Studenci są zobowiązani do zapoznania się ze wskazaną lekturą oraz zrealizować przewidziane programem zadania indywidualne i grupowe. |

## Formy sprawdzania efektów uczenia się

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | E – learning | Gry dydaktyczne | Ćwiczenia w szkole | Zajęcia terenowe | Praca laboratoryjna | Projekt indywidualny | Projekt grupowy | Udział w dyskusji | Referat | Praca pisemna (esej) | Egzamin ustny | Egzamin pisemny | Inne |
| W01 |  |  |  |  |  |  | + | + |  |  |  |  |  |
| W02 |  |  |  |  |  |  | + | + |  |  |  |  |  |
| W03 |  |  |  |  |  |  | + | + |  |  |  |  |  |
| U01 |  |  |  |  |  |  | + | + |  |  |  |  |  |
| U02 |  |  |  |  |  |  | + | + |  |  |  |  |  |
| K01 |  |  |  |  |  |  | + | + |  |  |  |  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Kryteria oceny | Obecność oraz aktywny udział w zajęciach. Uzyskanie zaliczenia przewidzianych zadań. |

|  |  |
| --- | --- |
| Uwagi |  |

Treści merytoryczne (wykaz tematów)

|  |
| --- |
| TEMATYKA ĆWICZEŃ1-2. Rynek wydawniczy w Polsce. Media i ich produkcja. Wydawnictwo – struktura i organizacja pracy, zarządzanie. Planowanie w wydawnictwie, projektowanie struktur organizacyjnych. Organizacja zasobów (zarządzanie zasobami: ludzkimi, finansowymi, informacyjnymi i materialnymi). Formy zarządzania. Koncentracja i segmentacja na polskim rynku. Ranking i repertuar firm, trendy i bestsellery.**Zadanie 1.1:** *Targi Książki w Krakowie* – uczestnictwo w targach, przygotowanie informacji o ofercie wydawniczej wybranych dwu wydawnictw.3-4. Dystrybucja książki. Kanały dystrybucyjne. Księgarnie, hurtownie, sprzedaż książek przez wielkie sieci dystrybucji w Internecie (Amazon.com, Empik.com), księgarnie internetowe, portale aukcyjne, kluby książki, sprzedaż bezpośrednia. Instrumenty marketingu i strategie marketingowe na rynku wydawniczym. Marketing, promocja i reklama. Promocja tradycyjna a promocja w nowych mediach. Pojęcie produktu globalnego. Opracowywanie strategii promocyjnej.**Zadanie 1.2:** Targi Książki w Krakowie – przygotowanie informacji o formach promocji i reklamy (wydawnictwa/produktu) wybranych dwu wydawnictw.5. Prasa profesjonalna i portale internetowe związane z rynkiem branżowym – przegląd. **Zadanie 2:** Prezentacja wybranego medium.6. Formy i zasady współpracy wydawcy z autorem. Prawa majątkowe i osobiste. Dozwolony użytek osobisty. Organizacje zbiorowego zarządzania prawami autorskimi. Umowy wydawnicze. Licencje. Egzemplarze obowiązkowe. „Piractwo książkowe”. Opiniowanie wydawnicze, recenzje tekstów. Opracowanie koncepcji wydania książki, kalkulacja wydawnicza.7-8. Wydawnictwo – redakcja merytoryczna i techniczna tekstów. Kompozycja wydawnicza książki, czasopisma. Układ typograficzny książki. Tworzenie materiałów uzupełniających tekst główny. Edytorstwo naukowe. Redakcja, adiustacja i korekta. **Zadanie 3:** Adiustacja wybranego tekstu.9-10. Architektura książki. Podstawy edytorstwa i typografii. Terminologia. System miar typograficznych. Formaty papieru. Metody i techniki druku. Liternictwo, ilustracja, papiernictwo i introligatorstwo jako elementy graficznego kształtowania książki. Design – projektowanie różnych rodzajów publikacji, funkcja użytkowa i artystyczna. Typologia ilustracji – w książce dla dzieci, naukowej, podręczniku, poradniku. Przykłady najlepszych prac edytorskich i graficznych. |

Wykaz literatury

|  |
| --- |
| Wykaz literatury podstawowejDunin J., *Wstęp do edytorstwa*, Łódź 2005Gołębiewski Ł., Frołow K., WaszczyK P., *Rynek książki w Polsce. Dystrybucja (ostatnie wydanie)*Gołębiewski Ł., Frołow K., Waszczyk P., *Rynek książki w Polsce. Wydawnictwa (ostatnie wydanie)*[Mrowczyk](http://terytoria.com.pl/ksiegarnia%2Cautorzy%2C376.html) J.,[*Niewielki słownik typograficzny*](http://terytoria.com.pl/ksiegarnia%2Ctytuly%2C527.html)*, Gdańsk 2008*Tomaszewski A., *Architektura książki dla wydawców, redaktorów, poligrafów, grafików, autorów, księgoznawców i bibliofilów*, Warszawa 2011Wykaz literatury uzupełniającejBaverstock A., *Marketing w wydawnictwie, fantazja czy rzeczywistość?, Kraków 1997***Bringhurst R.,***Elementarz stylu w typografii, Kraków 2013*[Felici](http://terytoria.com.pl/ksiegarnia%2Cautorzy%2C322.html) J., [*Kompletny przewodnik po typografii. Zasady doskonałego składania tekstu*](http://terytoria.com.pl/ksiegarnia%2Ctytuly%2C424.html)*, Gdańsk 2006*[Forssman](http://terytoria.com.pl/ksiegarnia%2Cautorzy%2C214.html) F., [Willberg](http://terytoria.com.pl/ksiegarnia%2Cautorzy%2C213.html) H.P., *Pierwsza pomoc w typografii, Gdańsk 2008*Frołow J., *Jak wypromowano bestseller, Warszawa 2006* Frołow J., *Public relations na rynku książki*, *Warszawa 2007*Huenefeld J., *Zarządzanie wydawnictwem w warunkach gospodarki wolnorynkowej, Kraków 1994**Karpowicz A., Autor – wydawca. Poradnik prawa autorskiego, Warszawa 2005*Krupa M., *Zarządzanie wydawnictwem akademickim na tle analizy rynku książki w Polsce, Kraków 2002*Llop Rosa, *System graficzny w projekto­­waniu okła­dek książek. W poszuki­waniu języka parametrów*, Kraków 2011Loth R., *Podstawowe pojęcia i problemy tekstologii i edytorstwa naukowego, Warszawa 2006*Mitchell M., Wightman S., *Typografia książki. Podręcznik projektanta, Kraków 2011*Pawlikowska Ada, *Vademecum typografa. Tom 1: forma*, Gdańsk 2020*Prawo autorskie i prasowe wraz z indeksem rzeczowym,* red. B. Porzeczka, *Warszawa 2006**Prawo autorskie i prawa pokrewne,* wprow. J. Barta, R. Markiewicz, *Warszawa 2007**Sztuka książki. Historia, teoria, praktyka,* red. M. Komza. *Wrocław 2003**Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych* z dnia 4 lutego 1994 r.Waszczyk P., *Dwie strony mocy burzliwa rynkowa kulminacja cyklu J.K. Rowling, „Biblioteka Analiz” 2008, nr 3 , s. 13-14, 17-18*[*http://rynek-ksiazki.pl/o-nas/*](http://rynek-ksiazki.pl/o-nas/)*http://www.ksiazka.net.pl/**http://www.ksiegarze.org.pl*[*http://www.wydawca.com.pl/*](http://www.wydawca.com.pl/)*https://d2d.pl/* |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Bilans godzinowy zgodny z CNPS (Całkowity Nakład Pracy Studenta)liczba godzin w kontakcie z prowadzącymi | Wykład | 0 |
| Konwersatorium (ćwiczenia, laboratorium itd.) | 20 |
| Pozostałe godziny kontaktu studenta z prowadzącym | 0 |
| liczba godzin pracy studenta bez kontaktu z prowadzącymi | Lektura w ramach przygotowania do zajęć | 25 |
| Przygotowanie krótkiej pracy pisemnej lub referatu po zapoznaniu się z niezbędną literaturą przedmiotu | 25 |
| Przygotowanie projektu lub prezentacji na podany temat (praca w grupie) | 10 |
| Przygotowanie do egzaminu/zaliczenia | 20 |
| Ogółem bilans czasu pracy | 100 |
| Liczba punktów ECTS w zależności od przyjętego przelicznika | 4 |