Załącznik nr 4 do Zarządzenia Nr RD/Z.0201-……..…………..

# 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  mgr Tomasz Korban |
| Punktacja ECTS\* | 4 |

## Opis kursu (cele kształcenia)

|  |
| --- |
| 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.  Kurs prowadzony jest w języku polskim. |

## 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. | K1\_W01 |
| W02. Rozumie znaczenie nowoczesnych metod marketingowych promujących książkę i prasę w kontekście wiedzy na temat przepisów prawa autorskiego | K1\_W06 |
| W03. Zna podstawowe zasady pracy w wydawnictwie, a także kolejne etapy merytorycznego i technicznego przygotowania tekstu | K1\_W03 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 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. | K1\_U01 |
| U02. Posiada elementarne umiejętności w zakresie organizacji pracy wydawniczej oraz przygotowania tekstu do druku. | K1\_U05 |
|  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Kompetencje społeczne | Efekt kształcenia dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| K01. Wykazuje aktywność w indywidualnym i zbiorowym uczestnictwie we współczesnych procesach komunikowania masowego. | K1\_K02 |
|  |  |
|  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 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

|  |  |
| --- | --- |
| Efekt kierunkowy | Formy sprawdzania |
| W01 | Projekt grupowy, Udział w dyskusji |
| W02 | Projekt grupowy, Udział w dyskusji |
| W03 | Projekt grupowy, Udział w dyskusji |
| U01 | Projekt grupowy, Udział w dyskusji |
| U02 | Projekt grupowy, Udział w dyskusji |
| U03 |  |
| K01 | Projekt grupowy, Udział w dyskusji |
| K02 |  |
| K03 |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Sposób zaliczenia | Zaliczenie z oceną |

|  |  |
| --- | --- |
| Kryteria oceny | Obecność oraz aktywny udział w zajęciach. Uzyskanie zaliczenia przewidzianych zadań, które są ocenianie według następujących kryteriów:  • terminowość wykonania zadań  • zgodność merytoryczna  • estetyka wykonania (sposób prezentacji) |

## Treści merytoryczne (wykaz tematów)

|  |
| --- |
| **Wykład**  nd |

|  |
| --- |
| **Ćwiczenia**  1-2. 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 podstawowej

|  |
| --- |
| Wykaz literatury podstawowej  Gołębiewski Ł., Frołow K., Waszczy P., Rynek książki w Polsce. Dystrybucja (ostatnie wydanie)  Gołębiewski Ł., Frołow K., Waszczyk P., Rynek książki w Polsce. Wydawnictwa (ostatnie wydanie)  Mrowczyk J., Niewielki słownik typograficzny, Gdańsk 2008  Tomaszewski A., Architektura książki dla wydawców, redaktorów, poligrafów, grafików, autorów, księgoznawców i bibliofilów, Warszawa 2011.  Ruch Wydawniczy w Liczbach tom 77: 2023 książki, opr. Olga Dawidowicz-Chymkowska |

## Wykaz literatury uzupełniającej

|  |
| --- |
| Wykaz literatury uzupełniającej  Baverstock A., Marketing w wydawnictwie, fantazja czy rzeczywistość?, Kraków 1997  Bringhurst R., Elementarz stylu w typografii, Kraków 2013  Felici J., Kompletny przewodnik po typografii. Zasady doskonałego składania tekstu, Gdańsk 2006  Forssman F., Willberg 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 projekto¬¬waniu okła¬dek książek. W poszuki¬waniu języka parametrów, Kraków 2011  Loth 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://www.ksiazka.net.pl/  http://www.ksiegarze.org.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 |