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

# KARTA KURSU

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa | Współczesny rynek książki |
| Nazwa w j. ang. | Contemporary book market |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Koordynator | dr hab. Iwona Pietrzkiewicz, prof. UKEN | Zespół dydaktyczny |
| dr hab. Iwona Pietrzkiewicz, prof. UKEN |
| Punktacja ECTS\* | 2 |

## Opis kursu (cele kształcenia)

|  |
| --- |
| Celem przedmiotu jest zapoznanie z zagadnieniami dotyczącymi współczesnego rynku książki w Polsce po 1989 r., działalności wydawniczej i księgarskiej, a zwłaszcza wskazanie na specyfikę produkcji i dystrybucji książki w Polsce w XXI w. Omówienie znaczenia własności intelektualnej w działalności wydawniczej oraz nowych form książki i ich dystrybucji. |

## Warunki wstępne

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

## Efekty uczenia się

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Wiedza | Efekt kształcenia dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| W01. Ma wiedzę na temat uwarunkowań i głównych kierunków rozwoju współczesnego rynku książki w Polsce, zna jego specyfikę, z uwzględnieniem problemów prawa autorskiego i prawa prasowego. | K1\_W01 |
| W02. Rozumie znaczenie nowoczesnych metod marketingowych promujących książkę i prasę. | K1\_W02 |
| W03. Zna repertuar wydawniczy firm i trendy na polskim rynku wydawniczym, rozumie zjawisko bestsellerów nowoczesnych kanałów dystrybucji książki. | K1\_W01, K1\_W02 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Umiejętności | Efekt kształcenia dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| U01. Potrafi krytycznie ocenić współczesny rynek książki w Polsce i wykorzystać w praktyce wiedzę na temat własności intelektualnej w działalności wydawniczej. | K1\_U01 |
| U02. Zdobywa i systematyzuje informacje na temat współczesnego rynku książki. Zna branżowe media fachowe. | K1\_U02 |
| U03. Jest przygotowany do nawiązania współpracy z organizacjami i instytucjami branżowymi. | K1\_U04 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Kompetencje społeczne | Efekt kształcenia dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| K01. Wykazuje aktywność w indywidualnym i zbiorowym uczestnictwie we współczesnych procesach komunikowania masowego. | K1\_K01 |
| K02. Ma świadomość korzyści i zagrożeń funkcjonowania tekstu w formie i obiegu cyfrowym, docenia znaczenie przestrzegania prawa autorskiego. | K1\_K02 |
| K03. |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Organizacja | | | | | | | |
| Forma zajęć | Wykład (W) | Ćwiczenia w grupach | | | | | |
| A | K | L | S | P | E |
| Liczba godzin | 10 | 20 |  |  |  |  |  |

## Opis metod prowadzenia zajęć

|  |
| --- |
| Zajęcia będą realizowane w formie wykładów i konwersatoriów. Wykłady będę uzupełniane multimedialnymi prezentacjami. Studenci w ramach ćwiczeń są zobowiązani do zapoznania się ze wskazaną lekturą oraz realizacji przewidzianych zadań. |

## Formy sprawdzania efektów uczenia się

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

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

|  |  |
| --- | --- |
| Kryteria oceny | Obecność na wykładach i ćwiczeniach. Aktywny udział w zajęciach. Przygotowanie projektu indywidualnego / zbiorowego. |

## Treści merytoryczne (wykaz tematów)

|  |
| --- |
| **Wykład**  1. Uwarunkowania rozwoju rynku książki w Polsce w latach 90. XX w. (zniesienie cenzury, prywatyzacja przedsiębiorstw wydawniczych). Koncentracja na rynku książki. Wpływ kapitału zagranicznego na jego funkcjonowanie. Rebranding wydawniczy.  2-4. Polski rynek książki w XXI w. – produkcja i dystrybucja. Ranking instytucji, repertuar wydawniczy, istotne trendy. Bestsellery na polskim rynku książki. Produkt globalny w ofercie wydawniczej.  5. Rynek e-booków oraz audiobooków w Polsce. Specyfika rozwoju. |

|  |
| --- |
| **Ćwiczenia**  1-2. Rynek książki w Polsce w XXI w.: podstawowe trendy na rynku książki, wpływ podatku VAT, bezpłatnego podręcznika na jego funkcjonowanie. Problem jednolitej ceny książki.  Zadanie 1.1-3. Omówienie projektów indywidualnych/zbiorowych.  3-5. Prosperity czy kryzys polskiego rynku książki? Sytuacja po 2010 r.: kondycja firm wydawniczych, nakłady i liczba sprzedanych egzemplarzy, repertuar wydawniczy. Zjawisko rebrandingu, fuzje  i konsolidacja wydawnictw. Self-publishing (np. Radek Koterski, Michał Szafrański). Sektor książki cyfrowej – jego wielkosć i oferta.  Zadanie 1.1: Wybór instytucji, zjawiska, produktu (produkcja) – opis w kontekście specyfiki współczesnego rynku wydawniczego w Polsce.  6-7. Dystrybucja książek – zmiany w kontekście rozwoju e-commerce i SEO. Social media a sprzedaż ksiażek. Nielsen BookScan a rynek książki.  Zadanie 1.2: Wybór instytucji, zjawiska, produktu, zjawiska, produktu (dystrybucja) – opis w kontekście specyfiki współczesnego rynku wydawniczego w Polsce.  8-9. Nowe media a marketing na rynku książki. Współpraca wydawców z blogerami, youtuberami, celebrytami. Copywriter na rynku książki.  Zadanie 1.3: Wybór instytucji zjawiska, produktu, zjawiska, produktu (marketing) – opis w kontekście specyfiki współczesnego rynku wydawniczego w Polsce. |

## Wykaz literatury podstawowej

|  |
| --- |
| Gołębiewski Ł., Frołow K., Waszczyk P., Rynek książki w Polsce [ostatnie wydanie]  Rozmowy o rynku książki [ostatnie wydanie] |

## Wykaz literatury uzupełniającej

|  |
| --- |
| Barta J., Markiewicz R., Prawo autorskie, Warszawa 2010  Dąbrowska-Cendrowska O., Niemieckie koncerny prasowe w Polsce w latach 1989-2008. Działalność wydawnicza – upwszechniane treści – sposoby oddziaływania na czytelników, Warszawa 2009  Frołow J., Jak wypromowano bestseller, Warszawa 2006  Goban-Klas T., Media i komunikowanie masowe: teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu, Warszawa, Kraków 1999  Kramer T., Podstawy marketingu, Warszawa 2000  Kulakowski B., Tobera M., W tym niezwykłym czasie. Początki transformacji polskiego rynku wydawniczego (1989-1995), Warszawa 2013  Wolak J., Frołow K., Raport o książce katolickiej 2009, Warszawa 2010  Zagadnienia prawa autorskiego. Pod red. A. Matlaka, Kraków 2007  Zaremba M., Prawo prasowe: ujęcie praktyczne, Warszawa 2007  Czasopisma: „Biblioteka Analiz”, „Notes Wydawniczy”, „Magazyn Literacki”, „Wydawca”  https://swiatmarketingu.pl  https://www.biblioteka-analiz.pl/  https://www.izbadruku.org.pl/  https://www.izbaprasy.pl/  https://www.ksiegarze.org.pl  https://www.pik.org.pl/  https://www.rynek-ksiazki.pl/  https://www.wydawca.com.pl/  https://wirtualnywydawca.pl |

## Bilans godzinowy zgodny z CNPS (Całkowity Nakład Pracy Studenta)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Liczba godzin w kontakcie z prowadzącymi | Wykład | 10 |
| Konwersatorium (ćwiczenia, laboratorium itd.) | 20 |
| Pozostałe godziny kontaktu studenta z prowadzącym | 20 |
| Liczba godzin pracy studenta bez kontaktu z prowadzącymi | Lektura w ramach przygotowania do zajęć | 5 |
| Przygotowanie krótkiej pracy pisemnej lub referatu po zapoznaniu się z niezbędną literaturą przedmiotu | 15 |
| Przygotowanie projektu lub prezentacji na podany temat (praca w grupie) | 15 |
| Przygotowanie do egzaminu/zaliczenia | 0 |
| Ogółem bilans czasu pracy | | 85 |
| Liczba punktów ECTS w zależności od przyjętego przelicznika | | 2 |