

SYLABUS

DOTYCZY CYKLU KSZTAŁCENIA 2019-2022

(skrajne daty)

Rok akademicki 2021/2022

1. PODSTAWOWE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu	Rynek wydawniczy w Polsce
Kod przedmiotu*	IVC13
nazwa jednostki prowadzącej kierunek	Kolegium Nauk Humanistycznych
Nazwa jednostki realizującej przedmiot	Instytut Polonistyki i Dziennikarstwa
Kierunek studiów	Filologia polska specjalność: edytorstwo
Poziom studiów	Licencjackie, 1. stopnia
Profil	Ogólnoakademicki
Forma studiów	Stacjonarne
Rok i semestr/y studiów	III rok filologii polskiej, semestr VI
Rodzaj przedmiotu	Przedmiot do wyboru
Język wykładowy	polski
Koordynator	dr Mateusz Hołojuch
Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących	dr Mateusz Hołojuch

* -opcjonalnie, zgodnie z ustaleniami w Jednostce

1.1. Formy zajęć dydaktycznych, wymiar godzin i punktów ECTS

Semestr (nr)	Wykł.	Ćw.	Konw.	Lab.	Sem.	ZP	Prakt.	Inne (jakie?)	Liczba pkt. ECTS
6		30							4

1.2. Sposób realizacji zajęć

- zajęcia w formie tradycyjnej
- zajęcia realizowane z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość

1.3 Forma zaliczenia przedmiotu (z toku) (egzamin, zaliczenie z oceną, zaliczenie bez oceny)**2. WYMAGANIA WSTĘPNE**

Ogólna wiedza humanistyczna

3. CELE, EFEKTY UCZENIA SIĘ, TREŚCI PROGRAMOWE I STOSOWANE METODY DYDAKTYCZNE

3.1 Cele przedmiotu

C1	Przedmiot ma na celu ugruntowanie wiedzy studenta na temat współczesnego rynku wydawniczego w Polsce (z uwzględnieniem sytuacji przed 1989 r. oraz ogólnych pojęć z zakresu ekonomii), procesu powstawania książki i jego wpływu na kształt współczesnego rynku wydawniczego (uwarunkowania technologiczne) oraz źródeł informacji o rynku książki, zwłaszcza realizowanego w formie elektronicznej.
----	--

3.2 Efekty uczenia się dla przedmiotu

EK (efekt uczenia się)	Treść efektu uczenia się zdefiniowanego dla przedmiotu	Odniesienie do efektów kierunkowych ¹
EK_01	Student/ka ma wiedzę o powiązaniach dziedzin nauki i dyscyplin naukowych właściwych dla studiowanej specjalności z innymi dziedzinami naukowymi w obszarze nauk humanistycznych, tj. historią, historią sztuki, filozofią oraz innymi kierunkami filologicznymi, a także naukami społecznymi, zna w stopniu elementarnym zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości	K_W09, KW12
EK_02	Student/ka potrafi formułować argumenty; przygotować i przedstawić wystąpienie ustne w języku polskim na wybrany temat na podstawie tekstów źródłowych oraz posiada umiejętność przygotowania pracy pisemnej w języku polskim o charakterze szczegółowym, z wykorzystaniem różnych źródeł	Ku07, K_U10
EK_03	Student/ka krytycznie ocenia wiedzę i odbierane treści; rozumie potrzebę wykorzystania wiedzy z zakresu studiowanej dyscypliny w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz sięgania do opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązywaniem problemów	K_KO1

3.3 Treści programowe

A. Problematyka wykładu

Treści merytoryczne
Nie dotyczy

B. Problematyka ćwiczeń audytoryjnych, konwersatoryjnych, laboratoryjnych, zajęć praktycznych

Ćwiczenia warsztatowe:

¹ W przypadku ścieżki kształcenia prowadzącej do uzyskania kwalifikacji nauczycielskich uwzględnić również efekty uczenia się ze standardów kształcenia przygotowującego do wykonywania zawodu nauczyciela.

<p>Treści merytoryczne</p> <p>Rynek wydawniczy w Polsce:</p> <p>Podstawowe pojęcia mikroekonomiczne na temat rynku.</p> <p>Rynek książki przed 1989r.,</p> <p>Rynek książki epoki przełomu,</p> <p>Raport Instytutu Książki za rok 2017;</p> <ul style="list-style-type: none"> - czołowe wydawnictwa lokalne i krajowe - strony oficjalne wydawnictw, profile facebookowe wydawnictw i osób z nimi związanych, blogi wydawnictwa, wywiady, opinie. <p>Uwarunkowania współczesnego rynku wydawniczego:</p> <ul style="list-style-type: none"> - bieżąca problematyka zawarta w periodyku „Biblioteka Analiz” - artykuły składające się na „Projekt książka” na stronie www.dwutygodnik.com, - najważniejsze media (analiza czasopism branżowych) i organizacje branżowe oraz internetowe serwisy i blogi o książkach (prezentacje studentów), <p>Technika druku a książka cyfrowa</p> <p>Współczesny rynek księgarski w Polsce:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ranking wydawnictw oraz czasopism (rozporządzenia MNiSW; MEIN) - proj. ustawy o stałej cenie książki (dyskusja w Internecie), - księgarnie internetowe, 4- książka na nowych nośnikach (audiobooki i e-booki), - literatura naukowa, podręczniki szkolne, - rozwój czasopism naukowych - rynek wtórny. <p>Targi książki w Polsce i na świecie.</p> <p>Podsumowanie.</p>
--

3.4 Metody dydaktyczne

Np.:

Wykład: wykład problemowy, wykład z prezentacją multimedialną, metody kształcenia na odległość

Ćwiczenia: analiza tekstów z dyskusją, metoda projektów (projekt badawczy, wdrożeniowy, praktyczny), praca w grupach (rozwiązywanie zadań, dyskusja), gry dydaktyczne, metody kształcenia na odległość

Laboratorium: wykonywanie doświadczeń, projektowanie doświadczeń

analiza tekstów z dyskusją

praca w grupach (rozwiązywanie zadań, dyskusja)

4. METODY I KRYTERIA OCENY

4.1 Sposoby weryfikacji efektów uczenia się

Symbol efektu	Metody oceny efektów uczenia się (np.: kolokwium, egzamin ustny, egzamin pisemny, projekt, sprawozdanie, obserwacja w trakcie zajęć)	Forma zajęć dydaktycznych (w, ćw, ...)
---------------	---	---

EK_01-03	ocena referatu	ĆW
EK_02	aktywny udział w zajęciach i obecność	ĆW

4.2 Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

Zaliczenie przedmiotu na podstawie aktywności (udział w dyskusji, referaty) i obecności.

5. CAŁKOWITY NAKŁAD PRACY STUDENTA POTRZEBNY DO OSIĄGNIĘCIA ZAŁOŻONYCH EFEKTÓW W GODZINACH ORAZ PUNKTACH ECTS

Forma aktywności	Średnia liczba godzinna zrealizowanie aktywności
Godziny kontaktowe wynikające z harmonogramu studiów	30
Inne z udziałem nauczyciela akademickiego (udział w konsultacjach, egzaminie)	5
Godziny niekontaktowe – praca własna studenta (przygotowanie do zajęć, egzaminu, napisanie referatu itp.)	65
SUMA GODZIN	100
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS	4

* Należy uwzględnić, że 1 pkt ECTS odpowiada 25-30 godzin całkowitego nakładu pracy studenta.

6. PRAKTYKI ZAWODOWE W RAMACH PRZEDMIOTU

wymiar godzinowy	Nie dotyczy
zasady i formy odbywania praktyk	

7. LITERATURA

Literatura:

1. *Podstawy ekonomii. Podręcznik*, pod red. J. Mierzejewskiej-Majcherek, Warszawa 2006.
2. *Podstawy Ekonomii*, pod. red. R. Milewskiego, E. Kwiatkowskiego, Warszawa 2005.
3. P. Kitrasiewicz, Ł. Gołębiewski, *Rynek książki w Polsce 1944-1989*, Warszawa 2005.
4. Gołębiewski Ł., WaszczykP., *Rynek książki w Polsce 2017. Wydawnictwa*, Warszawa 2017
5. Gołębiewski Ł., WaszczykP., *Rynek książki w Polsce 2017. Whoiswho*, Warszawa 2017
6. Gołębiewski Ł., WaszczykP., *Rynek książki w Polsce 2017. Poiligrafia i papier*, Warszawa 2017

7. Gołębiewski Ł., WaszczykP., *Rynek książki w Polsce 2017. Dystrybucja*, Warszawa 2017.
8. Gołębiewski Ł., WaszczykP., *Rynek książki w Polsce 2017. Targi-Instytucje-Media*, Warszawa 2017

Czasopisma (bieżące numery):

1. „Biblioteka Analiz” wydanie elektroniczne
2. „Wydawca”
3. „Notes Wydawniczy”
4. Magazyn „Książki”

Portale informacyjne:

1. www.rynek-ksiazki.pl/ - Biblioteka Analiz - profesjonalny serwis o rynku wydawniczym w Polsce;
2. www.wydawca.com.pl/ - Wydawca - Portal wydawniczy - nowości rynku wydawniczego i księgarskiego, wydarzenia na rynku wydawniczym; kalendarium konkursów literackich z krótkimi opisami; artykuły nt. prawa w działalności wydawniczej.
3. www.institutksiazki.pl – promocja polskiej literatury na świecie oraz popularyzacja książek i czytelnictwa w kraju.

Literatura uzupełniająca:

1. Gołębiewski Ł., *Śmierć książki. No futurebook*, Warszawa 2008;
2. Jachimczyk A., *Księgarnia w Internecie. Nie tylko sklep*, w: *Książka, biblioteka, informacja: między podziałami a wspólnotą*, pod red. J. Dzieniakowskiej, Kielce 2007.
3. Jachimczyk, A., *Modele sprzedaży książek w Internecie*, dostępny na WWW: <http://www.ebib.info/2008/93/a.php?jachimczyk>.
4. Klukowski B., *Audiobooki w kraju i zagranicą*, Warszawa 2013.
5. Klukowski B., *Książka w świecie współczesnym*, Warszawa 2003.
6. Klukowski B., Tobera M., *W tym niezwykłym czasie. Początki transformacji polskiego rynku książki (1989-1995)*, Warszawa 2013.
7. Światała M., *Zachowania konsumentów i marketing na rynku książki*, Warszawa 2003.
8. Straus G., Wolff K., Wierny S., *Czytanie, kupowanie, surfowanie. Społeczny zasięg książki w Polsce w 2006 r.*, Warszawa 2008.

Akceptacja Kierownika Jednostki lub osoby upoważnionej