**ПИТАННЯ ДО ЗАЛІКУ**

1. Без знань яких економічних категорій не можна обійтися.
2. Бізнес-план як засіб обґрунтування і реалізації підприємницької діяльності.
3. Вибір організаційної форми і способів здійснення видавничого бізнесу.
4. Видавничий бізнес як елемент ринку.
5. Види та структура договорів.
6. Визначення стратегічного потенціалу і конкурентоспроможності суб’єкту видавничого бізнесу.
7. Вплив дії економічних законів і закономірностей на функціонування суб’єктів видавничого бізнесу.
8. Забезпечення якості книги як передумова її конкурентоспроможності.
9. Засади, зміст і цілі товарної політики видавництва.
10. Змістове наповнення головних розділів типового договору
11. Конкуренція – умова функціонування і розвитку ринку.
12. Модернізація, модифікація видань.
13. Можливості та обмеження у видавничому бізнесі.
14. Організування співпраці з автором, розроблення концепції видання.
15. Особливість конкуренції у видавничому бізнесі.
16. Позиціювання видавництва і видавничої продукції на ринку як стратегічний чинник.
17. Поняття договір у видавничій справі.
18. Порядок реєстрації видавництв
19. Порядок створення видавництва.
20. Пошук, генерування, експертиза, відбір видавничих ідей.
21. Редакційно-видавнича підготовка видання.
22. Розроблення, підготовка і виведення на ринок нових видань.
23. Типові структури видавництв: український та зарубіжний досвід.
24. Гарантії та обмеження прав суб’єктів видавничої справи.
25. Права та обов’язки видавців.
26. Права та обов'язки виготовлювача видавничої продукції.
27. Права та обов’язки розповсюджувача видавничої продукції.
28. Поняття про видавництво, видавничу організацію, видавничий підрозділ. Видавництво як соціально-економічна організація
29. Види видавництв.
30. Типові структури видавництв: український та зарубіжний досвід.
31. Порядок створення видавництва.
32. Порядок реєстрації видавництва.

52. Особистість – найважливіший чинник у видавничому бізнесі.

53. Психологічні передумови успіху у видавничому бізнесі.

1. Етичні норми видавничого бізнесу
2. Ділова репутація у видавничому бізнесі.
3. **Принципи професійної етики в діяльності редактора і видавця.**
4. Місія суб’єкта видавничого бізнесу.
5. Мета і цілі суб’єкта видавничого бізнесу.
6. Стратегії суб’єктів видавничого бізнесу.
7. Тактика суб’єктів видавничого бізнесу
8. Поняття про фірмовий стиль.
9. Розробка і складові фірмового стилю видавництва.
10. Ребрендинг видавництва
11. Методика складання кошторису.
12. 4. Шляхи зниження собівартості видавничої продукції
13. Впровадження книги на ринок.
14. Зростання ринку.
15. Ринкова зрілість видання.
16. Спад продажу і прибутку.
17. Сучасні тенденції у товарній політиці видавництва.