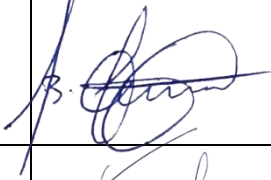


ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні кафедри медіапродюсування
та видавничої справи
(протокол № 3 від 5 листопада 2025 року)

Поля форми	Опис полів
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка	
Кафедра медіапродюсування та видавничої справи	
ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ з дисципліни «Економіка видавничого продукту»	
Курс	2 курс
Спеціальність Освітня програма	061 Журналістика 061.00.03 Видавнича справа та редагування
Форма проведення: письмова / усна / комбінована	Письмова (тестування)
Тривалість проведення:	2 години на написання
Максимальна кількість балів: 40 балів	40 балів, з них: 20 балів – за виконання 20 тестових завдань з вибором однієї правильної відповіді; 20 балів – за виконання 20 тестових завдань з вибором двох і більше правильних відповідей. За неправильну відповідь бали не нараховуються.
Критерії оцінювання:	За кожну правильну відповідь на тестове завдання – 1 бал. Підсумкова оцінка з дисципліни складається з суми балів за результатами поточного контролю (максимум 60 балів) і підсумкового контролю (максимум 40 балів). 90 – 100 балів – відмінно (А) 82 – 89 балів – дуже добре (В) 75 – 81 бал – добре (С) 69 – 74 бали – задовільно (D) 60 – 68 балів – достатньо (Е) 35 – 59 балів – незадовільно з можливістю повторного складання (FX) 0 – 34 бали – незадовільно з обов’язковим повторним вивченням курсу (F)
Перелік допоміжних матеріалів:	ЕНК https://elearning.kubg.edu.ua/enrol/index.php?id=29643
Орієнтовний перелік питань:	1. Ринок та його функції. 2. Структура ринку та його кон’юнктура. 3. Поняття ринкового механізму та його елементи. 4. Ринковий попит та його фактори. 4. Ринкова пропозиція та її фактори. 5. Еластичність попиту та пропозиції. 6. Конкуренція, як елемент ринкового механізму. 7. Ринкова ціна. 8. Переваги та недоліки ринкового механізму. 9. Підприємство як суб’єкт ринкових відносин.

	10. Видавнича справа як різновид підприємницької діяльності. 11. Організаційно-правові форми підприємницької діяльності. 12. Законодавча база України щодо видавничої справи. 13. Сутність категорій: валовий дохід, чистий дохід, валовий прибуток, чистий прибуток у підприємницькій діяльності. 14. Сутність категорій: собівартість, рентабельність у підприємницькій діяльності. 15. Фіскальна політика. 16. Податки: основні поняття та їх класифікація. 17. Система оподаткування України. 18. Податкові пільги та преференції в системі оподаткування України. 19. Світові практики обліку видавничої продукції. 20. Лідери світового книговидання та основні тенденції розвитку. 21. Україна в контексті світового книговидання. 21. Видавнича справа у структурі вітчизняної економіки. 22. Види та структура видавництва. Видавничі посади. 23. Системи регулювання видавничої діяльності: державне регулювання видавничої діяльності та система саморегулювання ринку. 24. Основні функції управління видавництвом. 25. Зміст та основні етапи редакційно-видавничого процесу: підготовчий; редакційний; виробничий; поширення і реклама книги. 26. Сутність, цілі, етапи, загальні принципи та методи планування. 27. Тематичне планування. 28. Оперативне планування. Видавничий портфель. 29. Показниками, що характеризують видавничу діяльність: асортимент, обсяг, наклад і кількість аркушевідбитків. 30. Калькуляційні одиниці видавничої продукції. 31. Основні одиниці виміру обсягу видавничої продукції: сторінка, авторський, обліково-видавничий, паперовий, друкований (фізичний), умовно-друкований аркуші – методика їх розрахунку. 32. Планування показників по праці і заробітній платі. 33. Нормована і ненормована праця. Посадовий оклад. Відрядні форми оплати праці.
--	---

	34. Штатний розпис. Фонд заробітної плати. 35. Поняття собівартості видавничого продукту. 36. Структура собівартості: витрати на гонорар, редакційні витрати, витрати на матеріали, витрати на поліграфічне виконання, загальновиробничі витрати, витрати через брак, комерційні (маркетингові) витрати. 37. Витрати: умовно-постійні і умовно-змінні, прямі і непрямі, прості і складні. 38. Аналіз ринків збуту видавничої продукції. 39. Канали збуту видавничої продукції. 40. Робота відділу продажів. 41. Класифікація суміжних організацій. 42. Договори у господарській діяльності. 43. Видавничі договори. 44. Виробничі договори. 45. Договори на реалізацію продукції. 46. Фінансові взаємовідносини. 47. Стратегічне партнерство. 48. Поняття та методологія аналізу. 49. Аналіз доходів і витрат, оптимізація витрат. 50. Точка беззбитковості. 51. Аналіз ризиків та можливостей.
Екзаменатор	 Віктор ШПАК
Завідувач кафедри	 Тетяна ФАЙЧУК Тетяна ФАЙЧУК