

Верба Т. М.

Издательский бизнес изнутри

От рукописи к бестселлеру:
пошаговое руководство по подготовке книги к печати,
производству и продвижению



Профессиональные советы от издательства деловой литературы
«Баланс Бизнес Букс»

Balance
Business
Books



Balance
Business
Books

Верба Т. М.

Издательский бизнес изнутри

От рукописи к бестселлеру:
пошаговое руководство по подготовке книги к печати,
производству и продвижению

Профессиональные советы
от издательства деловой литературы
«Баланс Бизнес Букс»

Днепропетровск
«Баланс Бизнес Букс»
2015

УДК 655.4/.5 (477)“20”
ББК Ч 617.1 (4Ук)6
В 31

Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

Верба Т. М.

В 31 Издательский бизнес изнутри. От рукописи к бестселлеру: пошаговое руководство по подготовке книги к печати, производству и продвижению. Профессиональные советы от издательства деловой литературы «Баланс Бизнес Букс». - Днепрпетровск : Баланс Бизнес Букс, 2015.- 208 с.

ISBN 978-966-415-056-6

Данная книга - это сборник практических советов и рекомендаций от ведущего в Украине издательства бизнес-литературы «Баланс Бизнес Букс». Здесь описаны все этапы производственного процесса в книгоиздании. Основанная на многолетнем успешном опыте работы в книжном бизнесе, книга освещает такие основные темы, как: структура издательства, сотрудничество с авторами, юридические аспекты, допечатная подготовка и печать, аутсорсинг в издательской деятельности, ценовая политика, продвижение, продажи и др.

Книга будет полезна авторам, которые планируют сотрудничать с издательствами, студентам, изучающим издательское дело, преподавателям, а также всем, чья деятельность связана с книгоизданием.

УДК 655.4/.5 (477)“20”
ББК Ч 617.1 (4Ук)6

ISBN 978-966-415-056-6

© Баланс Бизнес Букс, 2015

Содержание

<i>Вступительное слово</i>	9
<i>Глава 1. Структура издательства</i>	11
Подготовка новичка к первому дню.....	12
Профессиональные качества сотрудников издательства.....	14
Личностные критерии отбора персонала.....	19
Критерии оценки эффективности работы.....	21
Мотивация сотрудников издательства.....	22
<i>Глава 2. Производственное планирование издательской деятельности.....</i>	24
Тематическое планирование.....	25
Редакционное планирование	26
Перспективное тематическое планирование.....	28
<i>Глава 3. Автор - издательство Эффективное сотрудничество</i>	29
Для чего автору нужен издатель?.....	29
Как правильно подать свою рукопись и составить заявку.....	33
Тема письма: Spam.....	36
Как подготовить рукопись.....	37
Как рассчитать авторские отчисления.....	39
Как презентовать и продать книгу.....	40

<i>Глава 4. Юридические аспекты</i>	44
Автор и его права, основные нормативные акты.....	44
Авторский договор.....	48
Организационно-правовая форма издательства.....	48
Особенности работы	
с зарубежными правообладателями	51
Договорные отношения между издательством	
и типографией	54
Юридические тонкости работы с книготорговыми	
организациями.....	55
 <i>Глава 5. Допечатная подготовка</i>	 57
Перевод текста.....	57
Научное редактирование	59
Литературное редактирование, корректура.....	60
Верстка: выбор шрифтов, таблицы, иллюстрации.....	62
Технические данные.....	67
Лишние страницы - чем заполнить?.....	76
Цветоделение и подготовка файлов к печати	78
Обложка и титульная страница.....	82
Название и подзаголовок - залог успеха	
продажи книги.....	86
Ошибки и опечатки в тексте.....	88
 <i>Глава 6. Аутсорсинг в издательской деятельности</i>	 89
Преимущества и недостатки.....	93
Издательства, как аутсорсеры.....	95
 <i>Глава 7. Печать</i>	 96
Выбор типографии.....	96
Основные критерии типографского	
производства книги.....	97
Формат книги.....	98
Выбор бумаги.....	99
Виды печати.....	102
Основные виды обложек.....	104
Что такое полноцветная и неполноцветная печать?	104

Заявка в типографию.....	105
Требования к файлам.....	108
 <i>Глава 8. Корпоративная идентичность</i>	
<i>издательства</i>	110
Создание фирменного стиля издательства.....	111
Требования к фирменному стилю издательства.....	111
Руководство по фирменному стилю.....	112
Ребрендинг.....	116
 <i>Глава 9. Создание корпоративного сайта</i>	
<i>издательства</i>	120
Составление технического задания	122
Размещение сайта в глобальной сети.....	123
Наполнение сайта.....	123
Структура сайта.....	124
Техническая поддержка и продвижение сайта.....	126
 <i>Глава 10. Специализированные выставки</i>	
Подготовка.....	128
Что взять на выставку	
и другие организационные моменты.....	130
Оформление стенда.....	133
Как завоевать внимание посетителей	134
Подведение итогов.....	135
Специфика участия в зарубежных выставках	
Лондон, Франкфурт.....	138
 <i>Глава 11. Продвижение</i>	
Печатная продукция: от каталога до визитки.....	142
Фирменные страницы в социальных сетях.....	148
Эффективное продвижение с помощью видео.....	154
ТВ-программа	155
Сотрудничество с блогерами.....	155
Сотрудничество с редакторами	
и журналистами деловых СМИ.....	156
Чем отзыв отличается от рецензии?.....	157

Где искать рецензентов?.....	159
Партнерские проекты.....	161
Сотрудничество со специализированными сайтами.	162
Mind Maps для книг.....	162
Рекламно-спонсорская поддержка издания.....	164
<i>Глава 12. Ценовая политика издательства.....</i>	<i>166</i>
<i>Глава 13. Продажи.....</i>	<i>171</i>
Оптовые продажи.....	172
Книжные сети. Преимущества и недостатки работы.....	172
Особенности работы с розничными магазинами и интернет-магазинами.....	173
Прямые продажи.....	175
Продажи через социальные сети	176
Работа с клиентской базой	177
Продажи через фирменный магазин издательства	180
Продажа электронных книг	181
Эпилог.....	183
<i>Приложение 1</i>	
Примеры должностных инструкций.....	184
<i>Приложение 2</i>	
Примеры типовых Договоров/Контрактов с авторами и типографией	193