

OBSAH

Predhovor	11
1. ČASŤ	
Čo je kniha?	15
1.1 Kniha nie je jogurt	17
1.2 Definícia knihy	22
1.3 Kniha ako súčasť kultúrneho a kreatívneho priemyslu	32
1.4 Funkcie knihy	36
1.5 Písmo ako základ knihy	46
1.6 Hlina, papier, obrazovka	51
1.7 Prvá moderná kniha a prípad Gutenberg	56
1.8 Knihy a technológie	64
2. ČASŤ	
Ako vzniká kniha alebo cesta od rukopisu k čitateľovi	67
2.1 Kto tvorí knihu	70
2.1.1 Autorský uhol pohľadu	70
2.1.2 Vydavateľský uhol pohľadu	73
2.1.3 Pragmatický prístup	78
2.1.4 Spoločenský záujem	81
2.2 Cesta rukopisu	83
2.2.1 Vznik diela: autorská fáza	83
2.2.2 Spracovanie: redakčná fáza	84
2.2.3 Finalizácia: grafické spracovanie	87
2.3 Rukopis a self-publishing	90
2.4 Vydavateľstvo ako obchodná a kultúrna inštitúcia	93
2.5 Tlač a distribúcia	99
2.6 Kníhkupectvá	102
2.6.1 Korona a nakupovanie	108

2.7	Knižnice	114
2.8	Život po živote: antikvariáty	120
2.9	Domáce knižnice	124
2.10	Knižné kluby	128
2.11	E-knihy a audioknihy	129

3. ČASŤ

Ako predat knihu?

Kniha nie je jogurt. Marketing a marketingová komunikácia knihy 131

3.1	Kniha ako produkt	135
3.2	Knižné a spoločenské prostredie	142
3.2.1	Makroprostredie	142
3.2.2	Mikroprostredie	147
3.3	Marketingové východiská: dopyt, ponuka, cena a životný cyklus knihy	151
3.3.1	Dopyt	152
3.3.2	Ponuka	155
3.3.3	Cena knihy	160
3.3.4	Podpora knižného trhu	162
3.3.5	Životný cyklus knihy	166
3.4	Cieľové skupiny	174
3.4.1	Generácie	177
3.4.2	Čitateľská typológia	183
3.5	Trhové prostredie: Knihy v číslach	187
3.6	Kniha ako značka – značka spisovateľa, titulu a vydavateľa	190
3.6.1	Vydavateľstvo ako značka	191
3.6.2	Autor, postava a značka	197
3.6.3	Žáner a marketing	200
3.7	Grafická stránka a marketing knihy	203
3.7.1	Obsah a grafická úprava	203
3.7.2	Ilustrácie, obrázky, tabuľky, grafy	206
3.7.3	Obálka a jej osobitné miesto v tvorbe knihy	208
3.7.4	Marketing a grafická stránka knihy	212

3.8	Špecifiká knižných marketingových nástrojov	214
3.8.1	Reklama (ATL)	214
3.8.2	Recenzistika a špecializované literárne médiá	219
3.8.3	Špecifické nástroje – edičné plány, výstavy, práca s autorom a knihou	226
3.8.3.1	Edičné plány a katalógy	227
3.8.3.2	Práca s autorom	231
3.8.3.3	Uvedenie na trh	231
3.8.3.4	Veľtrhy, výstavy a ďalšie podujatia	233
3.8.3.5	Miesto predaja	235
3.9	Word of Mouth: Povedz mi, čo čítaš	242
4. ČASŤ		
Kniha v digitálnom prostredí: Najnovšie trendy komunikácie		244
4.1	Marketing vlastnou cestou: self-publishing	246
4.1.1	Vydávanie	246
4.1.2	Očakávania	247
4.1.3	Marketing pri samovydávaní	249
4.2	Magické zaklínadlá: vydavateľský marketing a digitálne univerzum	251
4.3	Newsletter	261
4.4	BOOKstagram a iné sociálne siete v komunikácii	262
4.5	Mobilné prostredie a jeho využitie	269
4.6	Zvuk: Podcast ako marketingový nástroj	271
Záver: Budúcnosť je zajtra		275
Použitá literatúra		279