Программа курса

я — шеф-редактор

Модуль 1. Роль шеф-редактора: зона ответственности, рынки и авторы

Занятие 1. Шеф-редактор в издательской структуре

- Место шеф-редактора между руководством издательства и командой редакторов: за что отвечает именно он
- Портфель как продукт шеф-реда: направление, серия, тематический блок — и показатели, по которым оценивают его работу: оборачиваемость, рентабельность, выполнение плана по новинкам, соблюдение сроков, доля рынка
- Разница между «выпускающим редактором», «главным редактором» и «шеф-редактором» в реальных вакансиях и организационных структурах разных издательств: почему названия должностей не всегда совпадают с зоной ответственности
- Карьерная траектория к позиции шеф-реда: какой опыт и какие компетенции ищут работодатели — стратегическое мышление, аналитика рынка, переговоры, знание полиграфии и прав, ценообразование, работа с командой
- Ритм работы шеф-реда: встречи с руководством и смежными командами, отчетность, участие в мероприятиях продвижения

После занятия вы сможете:
— Описать зону ответственности шеф-редактора и отличить ее от зоны выпускающего и главного редакторов,
— Назвать ключевые показатели работы направления и объяснить каждый,
— Сопоставить свой опыт с компетенциями шеф-редактора и определить 2–3 зоны роста на время курса

Занятие 2. Устройство книжного рынка

- Путь книги от автора до читателя: на каком этапе подключается шеф-ред и на что он влияет
- Кто есть кто на рынке: кто за что отвечает и кто с кем взаимодействует напрямую
- Как делится книжный рынок — по типу литературы, по формату, по каналам продаж — и почему у каждого сегмента свои правила и своя экономика
- Отраслевая инфраструктура: где шеф-ред берет данные о рынке и кто влияет на правила игры
- Источники новых книг для портфеля: литературные агенты, зарубежные издательства, самиздат, прямые обращения авторов, самотек
- Бестселлер-листы, премии, школы литературного мастерства и питчинги, тренды соседних рынков как источник для поиска — как их читать не как читатель, а как шеф-ред

После занятия вы сможете:
— Описать путь книги от автора до читателя и определить, на каких этапах шеф-редактор влияет на результат,
— Различать основные сегменты книжного рынка по типам литературы, форматам и каналам продаж,
— Подобрать источники поиска новых книг и авторов для своего направления

Домашнее задание 1

Занятие 3. Работа с зарубежными рынками прав: европейский, американский

- Как устроен мировой книжный рынок: крупнейшие издательские группы, «большая пятерка», их импринты и региональные подразделения
- Европейский рынок: агентская модель продаж прав, роль книжных ярмарок, гранты на перевод, особенности переговоров с западными правообладателями
- Ключевые выставки для шеф-реда: Франкфурт, Лондон, Болонья — что там происходит и зачем туда едет именно шеф-ред, а не редактор
- Подготовка к выставке: список приоритетных встреч, каталог прав направления, портфолио уже вышедших книг, бюджет поездки. Переговоры на стенде и в переговорных слотах. Работа после выставки: фиксация договоренностей, follow-up с десятками новых контактов
- Американский рынок: самый крупный продавец прав. США как источник трендов, которые потом приходят на другие рынки
- Разница в скорости и логике сделок между рынками: где решение принимается быстро через агента, а где нужен долгий цикл согласований с правообладателем или студией
- Валютные и юридические риски при работе с зарубежными контрактами
- Как устроены сделки по правам: права продаются на конкретный язык (иногда с ограничением по территории), на определенный срок, за аванс в счет роялти; опционы на следующие книги, аукционы
- Специфика работы с Россией сейчас: часть крупных групп приостановила продажу прав, но решения внутри одной группы могут отличаться — права могут продавать отдельные импринты или региональные офисы
- Как строить долгосрочные отношения с зарубежными партнерами

После занятия вы сможете:
— Определить, к кому обращаться за правами на книгу и какие условия обсуждать с агентом или правообладателем
— Составить план подготовки к книжной ярмарке: выбрать встречи, подготовить материалы и организовать работу с контактами после выставки
— Выделить валютные, юридические и организационные риски зарубежной сделки, которые нужно проверить до ее заключения

Занятие 4. Работа с азиатским и латиноамериканским рынком прав

- Почему Азия сейчас — одна из главных точек роста: на фоне общего снижения переводной литературы растут переводы с корейского и китайского, крупные издательства запускают отдельные импринты и серии под азиатский контент
- Азиатский рынок: специфика Японии, Кореи, Китая — лайт-новеллы, манга и вебтуны, отдельные категории прав вроде аниме-адаптации, культурная адаптация текста и обложки, чувствительные темы
- Япония (крупные издательские дома и агентства, долгий цикл согласований), Корея (вебтун-платформы, хилинг-проза, корейский нон-фикшн, программы поддержки переводов), Китай (сетевые новеллы и маньхуа, права через платформы-правообладатели). Что происходит на других рынках региона
- Правила переговоров с азиатскими партнерами: другой ритм и этикет, роль личных отношений, многоуровневые согласования, требования правообладателя к адаптации и оформлению
- Азиатские книжные ярмарки: Пекинская международная книжная ярмарка, Сеульская, Тайбэйская — зачем туда ехать и как готовиться
- Тренды и перспективы: кросс-медийные проекты (вебтун — сериал — книга), российские авторы в азиатском сеттинге, встречный поток — продажа прав на российские книги в Китай и другие страны региона
- Латиноамериканский рынок: испано- и португалоязычное пространство, ярмарки и книжные фестивали как главные площадки Ибероамерики для сделок по правам. Права на испанский язык могут продаваться на весь испаноязычный мир или отдельно для Испании и Латинской Америки

После занятия вы сможете:
— Сопоставить особенности рынков Азии и выбрать подходящие источники проектов для направления
— Учесть особенности переговоров с азиатскими правообладателями при планировании сделки
— Понять территориальные условия продажи прав на испанском языке
— Оценить, какие форматы и тренды этих рынков могут дополнить ваш портфель

Занятие 5. Работа с российским рынком

Для тарифа «С поддержкой» «С обратной связью»

- Как устроен российский издательский рынок: крупные издательские группы и независимые издательства, соотношение художественной, нехудожественной и детской литературы, книжные сети, маркетплейсы, подписочные сервисы
- Где шеф-редактор ищет русскоязычных авторов помимо входящих рукописей
- Разные направления — разные подходы
- Где искать авторов-экспертов (нон-фикшн) и чем подкрепляется экспертиза автора: образование, практика, публикации, репутация в профессиональном сообществе
- Самиздат и платформы. Самиздат как источник авторов с уже подтвержденной аудиторией — что дает такая история продаж и чего она не гарантирует
- Питчинги как источник поиска: как в них участвовать шеф-редактору без потери времени
- «Переманивание» автора из другого издательства, работа в условиях рынка: что предлагать, на что сейчас авторы и агенты обращают внимание при выборе издательства
- Российские ярмарки и выставки как место поиска авторов и партнеров: ММКВЯ, non/fiction, «Красная площадь» — что там делает шеф-ред

После занятия вы сможете:
— Описать структуру российского книжного рынка и выделить значимых участников
— Составить карту поиска русскоязычных авторов
— Сформулировать критерии предварительной оценки автора с учетом его экспертизы, публикаций и аудитории
— Подготовить предложение автору с учетом его интересов и возможностей издательства

Практикум 1. Ищем автора и оцениваем потенциал

- Поиск кандидатов-авторов по заданным критериям (тема, ниша, объем аудитории) на площадках самиздата, в профильных сообществах и в открытых источниках
- Разбор истории продаж, отклика аудитории и активности сообщества вокруг найденного автора: что из этих данных говорит о потенциале, а что вводит в заблуждение
- Оценка текста без редакторской правки — на этом этапе шеф-реда интересует не качество само по себе, а его соответствие нише и ожиданиям аудитории
- Публичность и качество текста — отдельные параметры, а не приговор: автор без аудитории может стать сильным проектом, а хороший текст не всегда подходит направлению. Все зависит от редакционной политики
- Ключевой вопрос шеф-реда к каждому кандидату: этот автор усилит наш портфель или нет? Публичность и качество текста по отдельности важны меньше, чем комплексная оценка
- Сборка чек-листа или скоринга для оценки потенциала автора под конкретный портфель направления: коммерческий потенциал, юридические риски прежних публикаций, соответствие стратегии
- Защита решения «включать автора в портфель или нет» по каждому разобранному кандидату перед группой, с разбором частых ошибок: переоценка по одной метрике, игнорирование прав на прежние издания, поспешные выводы по единичному успешному тексту

Домашнее задание 2

Занятие 6. Привлечение авторов и работа со сложными авторами

- Каналы привлечения авторов: напрямую с российскими авторами и через зарубежных правообладателей — кто с кем разговаривает, кто принимает решение, что важно правообладателю при выборе российского партнера
- Работа через литературные агентства: что агент присылает шеф-реду, как формулируется предложение на права, как агент ведет автора и на что он смотрит в издательстве
- Отбор конкретной рукописи: критерии первичного отбора — жанр и ниша, коммерческий потенциал, готовность текста, риски; внутренние рецензии. Роль шеф-реда в процессе поиска и отбора и роль редактора
- Разница между работой редактора с автором по конкретной рукописи и работой шеф-реда с автором как со стратегическим партнером направления: эксклюзивность, многокнижный контракт, условия
- Работа вдолгую: как не потерять автора, как не дать ему забыть о редакции за то время, что он пишет новую книгу
- Сложные ситуации: автор требует несоразмерных условий, систематически срывает сроки, конфликтует с редактором или другими подрядчиками
- Когда шеф-редактор подключается лично, а когда решение остается на уровне редактора: эскалация и границы вмешательства
- Решение о продолжении или завершении работы с автором: экономика вопроса, репутационные риски, альтернативы
- Переговоры об условиях контракта, гонораре и авансах на уровне направления, а не отдельной книги

После занятия вы сможете:
— Сформулировать предложение автору или агенту с учетом интересов направления
— Разграничить задачи редактора и шеф-редактора в работе с автором и определить основания для личного вмешательства
— Подготовить план действий при срыве сроков или конфликте
— Обосновать решение о продолжении или завершении сотрудничества с учетом экономики и репутационных рисков

Модуль 2. Портфельная стратегия направления

Занятие 7. Исследование аудитории, трендов. Роль нейросетей в издательском деле

- Источники данных о книжном рынке: отраслевая статистика, рейтинги продаж, отчеты книготорговых сетей и агрегаторов, личный кабинет продавца на маркетплейсе, зарубежные аналоги вроде Publishers Weekly
- Как мониторить мировой контекст: что выходит на других рынках и какие тренды с высокой вероятностью придут в Россию
- Инструменты исследования аудитории на уровне направления, а не отдельной книги: сегментация читателей, опросы, анализ отзывов и сообществ
- ИИ в работе издательства
- Нормы и споры вокруг ИИ в литературе: маркировка «написано человеком» (сертификация Human Authored от Authors Guild), пункты в авторских договорах про ИИ-перевод, озвучку, обложки и обучение моделей, обсуждение маркировки ИИ-контента в России
- Позиция направления: где ИИ допустим, а где нет, как проговаривать это с авторами и командой, репутационные риски
- Как превращать результаты исследования в конкретные решения по портфелю, а не в отчет для галочки

После занятия вы сможете:
— Подобрать источники данных для исследования рынка и аудитории своего направления
— Сформулировать гипотезы для портфеля на основе рыночных данных, читательских отзывов и зарубежных трендов
— Определить допустимые способы использования ИИ в направлении и вопросы, которые нужно согласовать с авторами и командой
— Предложить изменения в портфеле по результатам исследования

Встреча с шеф-редакторами ведущих издательств: как сейчас живет рынок и что его ждет (в формате паблик-тока)

Домашнее задание 3

Занятие 8. Управление портфелем: тематическая матрица, сезонность, расходы, кризисные сценарии

- Портфельная стратегия как ответ на вопрос, какие книги и в каком соотношении должны выходить в направлении в течение года
- Связь стратегии направления с общей стратегией издательства и бизнес-целями: доля рынка, выручка, новые ниши
- С чего начать сборку портфеля и на какие данные опираться: продажи текущих книг, доли рынка, план по новинкам. Что усиливает портфель (сильные авторы, лонгселлеры, понятная аудитория) и что ослабляет (перекос в одну нишу, проекты без аудитории)
- Балансировка портфеля: доля новых проектов, переизданий, серийных продуктов, экспериментальных ниш, единичных книг российских авторов и переводных проектов
- Почему в разных издательствах портфель устроен по-разному: размер и модель издательства, ассортиментная политика, распределение ролей — где шеф-ред сам ищет и запускает проекты, а где эти роли разделены; как планируют зарубежные издательства — импринты со своей редакционной политикой, сезонные планы выпуска
- Тематическая матрица выхода: как планировать, что и когда выходит в направлении, чтобы избежать каннибализации внутри портфеля
- Связь портфеля с сезонами, праздниками и значимыми датами: что дает точный тайминг выхода книги и что теряется при промахе. Ключевые сезоны и даты — начало учебного года, Новый год, весенние праздники, лето, крупные ярмарки — как планировать выход под пики спроса и с каким запасом по времени
- Сокращение расходов направления без потери качества: где искать резервы — тираж, полиграфия, гонорарная политика, состав команды подрядчиков
- Как формулировать стратегию так, чтобы ее можно было защитить перед руководством и передать команде редакторов как понятный ориентир

После занятия вы сможете:
— Сформулировать приоритеты портфельной стратегии с учетом целей издательства и текущих результатов направления
— Определить соотношение новинок, переизданий, серий и экспериментальных проектов в портфеле
— Составить тематическую матрицу выхода с учетом сезонности и пересечения тем
— Предложить способы сокращения расходов и обосновать их влияние на качество проектов

Занятие 9. Управление портфелем: от стратегии к конкретным проектам

- Как стратегия раскладывается на проекты: единичные книги российских авторов, переводные проекты, проекты с нуля и серии — какую роль каждый тип играет в портфеле и как он встраивается в стратегию
- Отличие проекта «с нуля», когда концепция придумывается в издательстве, а не приходит готовой рукописью, от готовой рукописи или переводного проекта. Риски проектов с нуля: более долгий цикл, больше неопределенности в оценке коммерческого потенциала, необходимость тестировать гипотезу до полного запуска
- Как шеф-редактор инициирует идею: анализ пробела на рынке, бриф для будущего автора или райтера, поиск подрядчика под концепцию
- Роль шеф-реда в сборе творческой команды проекта с нуля: автор или райтер, иллюстратор, литред, дизайнер. Какая команда нужна переводному проекту, серии, книге с нуля
- Как защищать идеи и концепции перед руководством: как показать, что проект встраивается в стратегию портфеля
- Логика книжной серии как продукта: единая упаковка, узнаваемость, накопительный эффект для читателя и магазина. Открытые и закрытые серии, перезапуски серий
- Критерии запуска новой серии: достаточно ли материала, текущего и потенциального, для нескольких книг, есть ли отдельная аудитория
- Типичные ошибки при запуске серии: слишком широкая или слишком узкая тематическая рамка, несогласованное оформление между книгами серии
- Управление жизненным циклом серии: расширение, ротация авторов внутри серии, решение о ее закрытии
- Как делать выводы по продукту после выхода: что анализировать в первые недели и месяцы продаж, чтобы решить, продолжать серию или менять стратегию

После занятия вы сможете:
— Перевести приоритеты стратегии в набор конкретных проектов и объяснить роль каждого в портфеле
— Подготовить бриф на проект с нуля и определить необходимый состав команды
— Обосновать запуск книжной серии учетом аудитории, запаса материала и единства оформления
— Определить, какие данные после выхода книг помогут принять решение о развитии, изменении или закрытии серии

Домашнее задание 4

Практикум 2. Ревизия портфеля: разбор кейса и тематическая матрица на сезон

Для тарифа «С обратной связью»

- Разбор кейса направления с проблемным портфелем: падение продаж серии, уход автора, дублирующиеся темы
- Составление плана пересмотра портфеля по кейсу: что оставить, что заморозить, что закрыть, и как аргументировать эти решения
- Построение тематической матрицы выхода на предстоящий сезон с учетом праздников и ключевых дат
- Обсуждение решений в группе с обратной связью по логике аргументации, а не только по итоговому результату
- Как работать с портфелем в условиях меняющегося законодательства

Модуль 3. Экономика и юридические аспекты направления

Занятие 10. Экономика издательского бизнеса и работа с правами

- Основные инструменты шеф-реда: ROI, рентабельность, бюджеты
- Как шеф-редактор влияет на выручку и расходы направления: тираж, цена, права (роялти, фиксированные гонорары авторам и иллюстраторам) и подготовка оригинал-макета, полиграфия и печать, маркетинг, логистика
- Как считать себестоимость конкретного проекта и соблюдать целевую рентабельность еще на этапе принятия решения о запуске
- Прямые и косвенные расходы на проекты: шеф-ред управляет прежде всего прямыми расходами, на косвенные напрямую не влияет, но учитывает их

После занятия вы сможете:
— Рассчитать себестоимость проекта, ROI и рентабельность по заданным исходным данным
— Оценить, как тираж, цена, стоимость прав и условия вознаграждения влияют на экономику проекта

- Рентабельность направления: шеф-ред отвечает за рентабельность всего направления, работает с целевыми показателями и управляет ими, назначая цены и согласуя затраты на все проекты в портфеле
- Условия договоров с авторами: процент роялти, фиксированное вознаграждение, авансы — сколько направление может предложить за проект разным авторам в зависимости от коммерческого потенциала
- Оборачиваемость: целевой срок, за который должен уйти тираж, почему он разный для проектов разной категории и какие параметры дают выход на целевую оборачиваемость
- Тираж, упаковка, цена: шеф-ред утверждает и обосновывает тираж по аналогам, согласовывает маркетинговую упаковку, управляет ценами в нескольких плоскостях — РРЦ (цена на полке), прайс, средневзвешенная оптовая отгрузочная цена (в разных издательствах названия могут отличаться)
- Финансовое моделирование направления на год, квартал и месяц: прогноз выручки, распределение бюджета между проектами, резервы на форс-мажор. Юнит-экономика каждого проекта (SKU новинок / допечаток в направлении)
- Бюджет на печать и бюджет авансов: запланированный бюджет на печать превышать нельзя — как выходить на плановую выручку в его рамках; утверждение бюджета на авансы и роялти с руководством
- Презентация финансовой модели руководству: какие цифры важны для разных уровней управления
- Работа с правами: как права связаны с экономикой — стоимость прав и аванс в ROI, сроки и типы лицензий, аукционы за покупку прав, опционы на следующие книги. Кейсы

— Составить финансовую модель направления с учетом бюджетных ограничений и резерва на непредвиденные расходы
— Обосновать перед руководством финансовые параметры проекта и условия приобретения прав

Домашнее задание 5

Занятие 11. Ценовые категории, оборачиваемость, рентабельность, продажи

- Ценовые категории проектов и то, как категория влияет на маркетинговую стратегию и ожидания по продажам
- Оборачиваемость и рентабельность как два разных, а иногда противоречащих друг другу показателя портфеля
- ABC-анализ портфеля: почему в «здоровом» портфеле бывают книги всех категорий — бестселлеры, лонгселлеры, ассортиментные позиции. Отдельно — что делать с неликвидом
- Как читать продажи: топы продаж, продажи в деньгах и в штуках, отгрузки и конечные продажи, сезонность продаж — почему эти цифры могут расходиться
- Три типа книг с точки зрения экономики направления: лонгселлеры со стабильными продажами годами, бестселлеры с быстрым пиком, книги с медленной, но долгой отдачей — и разная логика тиража для каждого в зависимости от направления и структуры портфеля
- Как сочетание разных типов книг в портфеле поддерживает жизнеспособность направления в целом
- Баланс между новинками и бэклистом в топах: не каждая книга становится бестом, но каждый год важны новые прорывные проекты, которые приносят деньги
- Какая аналитика доступна шеф-реду: данные книжных сетей и маркетплейсов, аналитика конкурентов, динамика своего направления и издательства в целом
- Доли издательств на рынке по направлениям: зачем шеф-реду отслеживать долю на рынке

После занятия вы сможете:
— Различить отгрузки и конечные продажи, показатели в деньгах и штуках и корректно сопоставить их
— Провести ABC-анализ портфеля и определить, какие позиции требуют дополнительного внимания
— Оценить баланс новинок, бэклиста и книг с разной динамикой продаж
— Предложить решения по тиражам и ценам с учетом оборачиваемости и рентабельности

Практикум 3. Финмодель направления и переговоры по правам

Для тарифа «С поддержкой» «С обратной связью»

- Расчет финансовой модели по вводным кейса, максимально приближенного к практике: себестоимость, тираж, цена, точка окупаемости, выручка
- Ролевая игра «переговоры с зарубежным правообладателем»: одна группа играет шеф-реда, другая — агента или сублицензиара, обсуждаются условия и сроки
- Разбор типичных ошибок переговоров по правам: нереалистичные сроки, избыточные согласования, завышенные ожидания по размеру вознаграждения
- Итоговое обсуждение: как результат переговоров меняет бюджет и коммерческий потенциал проекта

Модуль 4. Менеджмент, продвижение, продажи и бренд направления

Занятие 12. Управление командой редакторов направления

- Шеф-редактор распределяет работу между редакторами направления, ставит задачи, контролирует сроки и качество

После занятия вы сможете:
— Распределить задачи между

- Онбординг и адаптация новых редакторов в команду: как формулировать требования к кандидату и вводить его в процессы направления
- Обратная связь и ревью работы редактора без перехода в микроменеджмент, регулярные форматы этой обратной связи
- Взаимодействие со смежными командами — дизайном, продажами, юристами, маркетингом и PR — с позиции человека, который управляет процессом, а не только портфелем

редакторами и определить точки контроля сроков и качества
— Сформулировать требования к новому редактору и составить план его адаптации
— Организовать регулярное обсуждение результатов работы без постоянного вмешательства в каждую задачу
— Определить зоны ответственности редакции и смежных команд в общем процессе

Занятие 13. Шеф-редактор в продажах, дистрибуции и продвижении: зона задач и ответственности

- Где заканчивается работа отдела продаж и дистрибуции и начинается зона решений шеф-реда
- Участие шеф-реда в продвижении: утверждение позиционирования и промоматериалов, а не их создание — кто пишет тексты и делает макеты, а кто принимает финальное решение
- Бренд-менеджмент направления с позиции шеф-реда: узнаваемость серии или импринта, консистентность образа во всех точках контакта с читателем — обложка, соцсети, витрина
- Разница задач шеф-реда при работе с маркетплейсами, книжными сетями и независимыми магазинами
- Как встроить голос шеф-реда в цикл «продукт — продвижение — продажа», не подменяя специалистов по маркетингу и продажам
- Шеф-редактор как лицо бренда и продукта: публичность и участие в мероприятиях

После занятия вы сможете:
— Разграничить ответственность шеф-редактора, маркетинга, PR и отдела продаж
— Оценить позиционирование и промоматериалы на соответствие аудитории и образу направления
— Сформулировать задачи по представлению книг в разных каналах продаж
— Определить, в каких форматах шеф-редактору стоит представлять направление публично

Практикум 4. Риски шеф-реда: прогнозирование, предотвращение, снижение последствий

Для тарифа «С обратной связью»

- Карта типичных рисков направления: срыв автором обязательств, провал тиража, проблемы с правами
- Разбор кейсов из практики книжного рынка (без привязки к конкретным брендам) и построение по каждому плана «прогноз — предотвращение — реакция»
- Практика приоритизации рисков: что требует немедленного плана Б, а что можно просто держать в поле зрения
- Итоговая карта рисков направления, которую участники составляют для своего реального или гипотетического портфеля

Домашнее задание 6. Подготовка стратегии

Карьерный вебинар

Разбор стратегии до защиты Для тарифа «С обратной связью»

Итоговая встреча. Защита стратегии

- Финальная работа участников: портфельная стратегия направления на предстоящий период с учетом рынка, экономики, рисков и команды
- Формат защиты перед приглашенными экспертами — действующими шеф-редакторами или руководителями редакций
- Обратная связь по содержанию стратегии

На встрече вы сможете:
— Презентовать подготовленную вами стратегию направления (проект на выбор) перед редакторами различных издательств
— Получить обратную связь по своей стратегии, полезные советы и идеи для дальнейшего развития
Участие в онлайн-разборе — по желанию.

Выпускной. Встретимся подвести итоги обучения

Электив. Работа с субправами

Для тарифа «С поддержкой» «С обратной связью»

- Виды субправ, которыми управляет направление: аудиоверсия, электронная версия, права на перевод, экранизация, товары под брендом книги
- Работа с зарубежными субагентами и литературными агентами при продаже прав на перевод: как устроен процесс от предложения до подписания
- Экономика продажи субправ: как оценить, что выгоднее — продать право стороннему партнеру или реализовать самостоятельно
- Самостоятельная реализация на цифровых площадках, синхрорелизы
- Базовые принципы лицензионного договора и на что в нем обращать внимание шеф-реду, даже если договор готовит юрист

После занятия вы сможете:
— Определить, какие субправа есть у проектов направления и какие способы их реализации доступны
— Сопоставить экономику продажи прав партнеру и самостоятельного выпуска в другом формате
— Описать этапы продажи прав на перевод через агента или субагента
— Выделить условия лицензионного договора, которые нужно проверить вместе с юристом

Электив. Управленческие компетенции редактора

Для тарифа «С поддержкой» «С обратной связью»

- От редактора к руководителю: как добиваться результата через команду
- Делегирование: как передавать ответственность, а не делать все самому
- Обратная связь: как обсуждать ошибки и поддерживать сильные стороны
- Сложные разговоры: что делать, если сотрудник срывает сроки или не принимает замечания
- Взаимодействие со смежными командами: как договариваться без прямого подчинения
- Управленческие границы: как не подменять команду и отстаивать необходимые ресурсы

После занятия вы сможете:
— Поставить задачу с понятным результатом и определить границы самостоятельности сотрудника
— Подготовить обратную связь по работе сотрудника без перехода к оценке личности
— Выстроить сложный разговор о срыве сроков, ошибках или невыполненных договоренностях
— Сформулировать аргументы для согласования приоритетов со смежными командами и запроса ресурсов у руководства

Продолжение обучения после курса «Я — редактор»

Возможность попасть в шорт-лист кандидатов в редакторы МИФа

Эксперты из МИФа, Эксмо, РЕШ, Иллюминатора, Азбуки-Аттикус, Ad Marginem и других издательств

я — шеф-редактор